

Universidade de Lisboa

Instituto de Geografia e Ordenamento do Território



**A Atratividade Turística da Cidade de Lisboa no Contexto  
das Políticas Europeias de Turismo Urbano**

**Mónica Sofia Alegria de Matos**

**Mestrado em Políticas Europeias**

**2015**



Universidade de Lisboa

Instituto de Geografia e Ordenamento do Território



## A Atratividade Turística da Cidade de Lisboa no Contexto das Políticas Europeias de Turismo Urbano

**Mónica Sofia Alegria de Matos**

Dissertação de Mestrado em Políticas Europeias, apresentado ao Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa, Sob a orientação da Professora Doutora Maria Helena de Brito Esteves e coorientação do Professor Doutor Carlos Cardoso Ferreira, para obtenção de grau de Mestre em Políticas Europeias

2015



## **Agradecimentos**

Para a realização da presente dissertação foram muitas as pessoas que deram o seu contributo e apoio sendo essenciais de modo direto ou indireto, proporcionando a sua concretização ainda que os estudos científicos comportem uma natureza individual, mas no fundo a vida é bela precisamente por isso, não depende só de nós. Por isso, desejo agradecer a quem com toda a vontade me ajudou. Todavia, torna-se difícil identificá-las na totalidade, assim desde já peço desculpa no caso de omissão de alguns nomes.

Seguem-se então os meus mais humildes e sinceros agradecimentos.

Começo por agradecer de forma muito especial há minha orientadora científica, Professora Doutora Maria Helena de Brito Esteves, que acompanhou-me desde a minha Licenciatura e apoiou a realização deste projeto, manifestando a sua total disponibilidade para analisar e discutir as diferentes questões relacionadas com este estudo. Agradeço muitíssimo pela sua sabedoria, generosidade, disponibilidade e paciência que foram determinantes. Agradeço igualmente ao meu coorientador Professor Doutor Carlos Cardoso Ferreira, pela sabedoria e criatividade que o caracterizam e também pela confiança depositada em mim e nas minhas capacidades. A ambos quero dizer: “Muito Obrigado”, pelo vosso envolvimento no processo, pelas vossas observações e sugestões, foram sempre uma referência essencial e preciosa que não poderia deixar de salientar e reconhecer.

Agradeço também o apoio sempre manifestado pelo Professor Doutor Luís Moreno, presente coordenador do Mestrado de Políticas Europeias, pelo interesse sempre demonstrado, pelo apoio sempre oferecido e pelas palavras de incentivo.

Agradeço à Professora Doutora Teresa Alves, ao Doutor Sérgio Guerreiro e ao Doutor André Barata Moura, por partilharem generosamente as suas experiências e conhecimentos.

Agradeço há minha extraordinária querida e amiga Professora Isilda Gomes, estou-lhe eternamente grata por tudo o que fez por mim, desde a minha infância. Foi uma das minhas bases, formando-me não só enquanto aluna, mas também como pessoa, transmitindo-me sempre os alicerces mais importantes para a minha formação. Obrigado pelas suas capacidades, pela sua energia, pelo seu humor inesgotável e pela sua amizade.

Um agradecimento aos meus colegas de Licenciatura e dos diferentes Seminários de Mestrado, com os quais troquei conhecimento e partilhei experiências magníficas que nunca esquecerei.

Agradeço a todos os meus amigos, os verdadeiros, os que sempre estiveram ao meu lado nos momentos difíceis, tornando-os mais fáceis de aceitar.

Um agradecimento especial, para a minha amiga de longa data Soraia Calado, que desde sempre, me acompanhou, ouviu-me e riu-se comigo. O seu apoio e encorajamento tiveram um valor inestimável, tal como a sua perspicácia, sabedoria e críticas construtivas em todas as fases do projeto. Portanto, obrigado a ti também.

O que mais dizer neste caso ... às vezes é melhor não dizer nada para não estragar as coisas mais sublimes. Por isso, prefiro dizer simplesmente: Obrigado Tiago Pestana, sem o teu amor, apoio e carinho tudo seria mais difícil.

Por fim, as minhas palavras finais vão para aqueles que mais diretamente acompanharam o meu percurso de vida e a minha dedicação a este projeto. Os meus pais, Lurdes e Octaviano, a minha irmã Bianca e o meu querido cunhado, João. Obrigada pelo vosso amor, pelo vosso apoio, pela vossa paciência e por me transmitirem confiança nos momentos difíceis.

Oferecer encorajamento constante a uma aspirante a Mestre não é tarefa fácil, especialmente quando há outras coisas importantes a fazer. Sem o seu apoio, este projeto não teria sido realizado.

*A todos, o meu muito obrigado. Este trabalho é dedicado a vós!*

## Resumo

Esta dissertação tem como objetivo refletir sobre as questões relacionadas com o turismo urbano no contexto das políticas europeias assim como conhecer os fatores que têm contribuído para a atratividade turística da cidade de Lisboa. Na atualidade, o setor turístico exerce um papel fundamental no contexto urbano e para o desenvolvimento de uma região e/ou um país, sendo um tema de grande interesse para compreender estas duas realidades. Apesar do reconhecimento da necessidade de desenvolver uma política urbana europeia, não existe um consenso dentro da UE nesta matéria, embora muitas recomendações e orientações tenham vindo a ser incorporadas nos programas e nos fundos comunitários, tornando-se um dos seus eixos fundamentais. Por sua vez, ao nível das orientações de política europeia para o turismo, não existe um quadro europeu específico, ainda que existam fundos comunitários disponíveis para projetos direta ou indiretamente relacionados com a atividade turística. Com efeito, existe uma relação forte entre os projetos de intervenção na cidade de Lisboa e o aumento da atratividade deste destino turístico, mas o fenómeno contrário é também uma realidade. As dinâmicas turísticas constituem alavancas para processos de transformação/qualificação (metabolismo) urbana.

No caso da cidade de Lisboa só existem estratégias e políticas para o desenvolvimento turístico nos últimos anos. Todavia, o desenvolvimento turístico da cidade foi realizado de forma pensada pelos vários decisores. Neste sentido, a abordagem dos fatores de atratividade da cidade de Lisboa, analisados segundo diferentes olhares, permitiram compreender que Lisboa é um destino turístico em afirmação e que existe algum consenso quanto aos elementos que configuram o essencial da imagem turística da cidade. A bibliografia e os dados recolhidos junto dos especialistas, turistas e guias turísticos identificaram o património histórico como uma das dimensões estruturantes da atratividade da cidade de Lisboa. A existência de 3 micro-centralidades – territórios de eminente valia e função turística na cidade de Lisboa – foi confirmada pela investigação empírica, que evidencia uma assinalável justaposição entre as prioridades políticas, os investimentos, as preferências da procura e as representações do turismo na cidade de Lisboa.

**Palavras-chave:** Turismo urbano, políticas europeias, atratividade, Lisboa.





## **Abstract**

This dissertation aims to reflect on issues related with urban tourism in the context of European policies as well as to become acquainted with the factors that have contributed to the tourist attractiveness of the city of Lisbon. Currently, the tourism industry plays a key role in the urban context and in the development of a region and/or country, which consequently reinforces the need of comprehending these two realities. Despite recognizing the need of developing a European urban policy, there is no consensus within the EU on this issue, although many recommendations and guidelines have been incorporated into programs and EU funds, making it one of its cornerstones. In turn, there is no specific European framework regarding European policy guidelines for tourism, even though there are EU funds available for projects which are, directly or indirectly, related to tourism. Indeed, there is a strong relationship between the intervention projects in Lisbon and the increase of the attractiveness of this tourist destination, but the opposite phenomenon is also a reality. Tourist dynamics are levers for urban transformation/qualification (metabolism) processes.

In the case of Lisbon, policies for tourism development have only been carried out in the last years. However, the touristic development of the city was performed by many makers, in a carefully thought way. In this sense, the approach of the attractiveness factors of Lisbon, analyzed according to different views, allowed to infer that the city of Lisbon is a tourist destination in affirmation and there is some consensus on the elements that make up the bulk of the tourist image of the city. The literature and data collected from experts, tourists and tour guides have identified the historical heritage as one of the structural dimensions of attractiveness of the city of Lisbon. The existence of three micro-centralities - areas of eminent value and tourist function in Lisbon - was confirmed by empirical research, which shows a remarkable overlap between the political priorities, investments, preferences, demand and tourism representations in the city of Lisbon.

**Key-words:** Urban tourism, european policies, attractiveness, Lisbon.



## Índice de matérias

<b>Agradecimentos</b>	<b>i</b>
<b>Resumo</b>	<b>iii</b>
<b>Abstract</b>	<b>v</b>
<b>Índice de matérias</b>	<b>vii</b>
<b>Índice de quadros</b>	<b>xi</b>
<b>Índice de figuras</b>	<b>xiii</b>
<b>Siglas e Acrónimos</b>	<b>xv</b>
<b>Capítulo I – Introdução</b>	<b>1</b>
1. Apresentação e justificação do tema	3
2. Questões de investigação e problemática	4
3. Objetivos da investigação	6
4. Metodologia	6
5. Estrutura da dissertação	9
<b>Capítulo II – Revisão da Literatura</b>	<b>11</b>
<b>1. Enquadramento teórico</b>	<b>13</b>
1.1. O turismo e a cidade	13
1.2. O turismo urbano: a cidade como destino turístico	15
1.3. Atratividade e diversidade dos destinos urbanos: características e tipologias...	18
<b>2. As políticas europeias para o turismo e para a cidade</b>	<b>24</b>
2.1. As políticas europeias para o turismo	24
2.2. As políticas europeias para a cidade	36
2.3. Turismo urbano: valorizar a cidade promovendo o turismo	51
<b>3. O turismo na cidade de Lisboa</b>	<b>57</b>
3.1. A atratividade turística de Lisboa: breve contextualização	57
3.2. Caracterização da cidade de Lisboa como destino turístico	63
3.2.1. A Lisboa turística em números	63
3.2.2. A Lisboa turística nos Planos Estratégicos	70

3.3. Lisboa nos guias turísticos: breve referência .....	78
<b>Capítulo III – Metodologia de Investigação .....</b>	<b>81</b>
1. Introdução .....	83
2. Instrumentos de recolha de dados .....	85
2.1. A entrevista .....	85
2.2. Análise documental .....	87
2.3. O questionário.....	90
3. Análise dos dados.....	93
<b>Capítulo IV – Análise e Interpretação dos Resultados: Diferentes “Olhares” sobre a Atratividade da Cidade de Lisboa como Destino Turístico no Contexto das Políticas Europeias de Turismo Urbano .....</b>	<b>95</b>
1. Introdução .....	97
2. Os especialistas.....	98
2.1. Lisboa com destino turístico.....	99
2.2. Políticas europeias de turismo urbano .....	102
2.3. A atratividade turística da cidade de Lisboa .....	106
3. Os turistas .....	109
3.1. Características dos inquiridos e das viagens .....	109
3.2. Locais e atrações de interesse visitados ou a visitar.....	113
3.3. Avaliação do destino Lisboa .....	114
4. Os guias turísticos.....	117
4.1. A cidade de Lisboa à imagem dos guias turísticos.....	117
4.2. A perspetiva dos guias turísticos face ao Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa (TLx) .....	120
<b>Capítulo V - Considerações Finais .....</b>	<b>125</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>135</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>145</b>
Anexo I – Total de hóspedes e dormidas; passageiros desembarcados por via aérea e portuária na cidade de Lisboa .....	147
Anexo II – Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros: total de camas.....	147

<b>Anexo III</b> – Total de hóspedes por tipologias na cidade de Lisboa.....	147
<b>Anexo IV</b> – Evolução do número de dormidas na cidade de Lisboa .....	147
<b>Anexo V</b> – Guião da entrevista .....	148
<b>Anexo VI</b> – Modelo do questionário.....	150
<b>Anexo VII</b> – Género dos inquiridos (Dezembro) .....	152
<b>Anexo VIII</b> – Género dos inquiridos (Maio) .....	152
<b>Anexo IX</b> – Idade dos inquiridos (Dezembro) .....	152
<b>Anexo X</b> – Idade dos inquiridos (Maio) .....	152
<b>Anexo XI</b> – Nacionalidade dos inquiridos (Dezembro) .....	153
<b>Anexo XII</b> – Nacionalidade dos inquiridos (Maio) .....	153
<b>Anexo XIII</b> – Primeira visita a Lisboa (Dezembro) .....	153
<b>Anexo XIV</b> – Primeira visita a Lisboa (Maio) .....	153
<b>Anexo XV</b> – Motivo da visita (Dezembro) .....	154
<b>Anexo XVI</b> – Motivo da visita (Maio) .....	154
<b>Anexo XVII</b> – Fontes de informação antes da viagem (Dezembro) .....	155
<b>Anexo XVIII</b> – Fontes de informação antes da viagem (Maio) .....	155
<b>Anexo XIX</b> – Locais de interesse visitados ou a visitar (Dezembro) .....	156
<b>Anexo XX</b> – Locais de interesse visitados ou a visitar (Maio) .....	156
<b>Anexo XXI</b> – Atrações visitados ou a visitar (Dezembro) .....	157
<b>Anexo XXII</b> – Atrações visitados ou a visitar (Maio) .....	157
<b>Anexo XXIII</b> – Aspetos positivos sobre a cidade de Lisboa (Dezembro) .....	158
<b>Anexo XXIV</b> – Aspetos positivos sobre a cidade de Lisboa (Maio) .....	158
<b>Anexo XXV</b> – Aspetos negativos da cidade de Lisboa (Dezembro) .....	159
<b>Anexo XXVI</b> – Aspetos negativos da cidade de Lisboa (Maio) .....	159
<b>Anexo XXVII</b> – Lisboa como destino turístico (Dezembro) .....	159
<b>Anexo XXVIII</b> – Lisboa como destino turístico (Maio) .....	159
<b>Anexo XXIX</b> – Perspetiva dos guias turísticos, sobre a cidade de Lisboa como destino turístico.....	160



## Índice de Quadros

<b>Quadro 1</b> – Evolução das políticas europeias para o turismo 1980 - 2010.....	35
<b>Quadro 2</b> – Evolução das Políticas Urbanas na União Europeia 1990 - 2011 .....	48
<b>Quadro 3</b> – Evolução das políticas europeias para a cidade 1973 - 2014.....	50
<b>Quadro 4</b> – Guião da entrevista .....	86
<b>Quadro 5</b> – Guião da entrevista aos especialistas (categorias de análise) .....	98
<b>Quadro 6</b> – As 10 principais atrações turísticas da cidade de Lisboa, segundo os guias turísticos .....	118
<b>Quadro 7</b> – Fatores de atratividade da cidade de Lisboa como destino turístico, segundo os especialistas e os turistas .....	127
<b>Quadro 8</b> – Atrações turísticas que contribuem para a afirmação da cidade de Lisboa como destino turístico, segundo os especialistas, os turistas e os guias turísticos .....	128





## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> – Conceptualização do modelo de análise: esquematização da problemática.....	5
<b>Figura 2</b> – A atratividade de um destino turístico.....	21
<b>Figura 3</b> – A prioridade de desenvolvimento do turismo de <i>city breaks</i> em Portugal.....	58
<b>Figura 4</b> – Principais tendências ao longo do ciclo do turista .....	63
<b>Figura 5</b> – Total de passageiros desembarcados por via aérea na cidade de Lisboa .....	64
<b>Figura 6</b> – Total de passageiros desembarcados por via portuária na cidade de Lisboa ....	65
<b>Figura 7</b> – Total de hóspedes na cidade de Lisboa .....	65
<b>Figura 8</b> – Total de dormidas na cidade Lisboa .....	66
<b>Figura 9</b> – Total de hóspedes por tipologias na cidade de Lisboa .....	66
<b>Figura 10</b> – Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros: total de camas ..	67
<b>Figura 11</b> – Evolução do número de dormidas na cidade de Lisboa (sazonalidade) .....	67
<b>Figura 12</b> – Género dos inquiridos .....	109
<b>Figura 13</b> – Idade dos inquiridos .....	110
<b>Figura 14</b> – Nacionalidade dos inquiridos .....	110
<b>Figura 15</b> – 1ª visita a Lisboa? .....	111
<b>Figura 16</b> – Motivos da visita .....	111
<b>Figura 17</b> – Fontes de informação antes da viagem .....	112
<b>Figura 18</b> – Locais de interesse visitados ou a visitar .....	113
<b>Figura 19</b> – Atrações visitadas ou a visitar .....	113
<b>Figura 20</b> – Aspetos positivos sobre a cidade de Lisboa .....	114
<b>Figura 21</b> – Aspetos negativos sobre a cidade de Lisboa .....	115
<b>Figura 22</b> – Lisboa como destino turístico .....	116

<b>Figura 23</b> – Principais atrações turísticas na cidade de Lisboa, na perspetiva dos guias turísticos.....	119
<b>Figura 24</b> – A Lisboa turística na perspetiva dos guias turísticos e do Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa (TLx) .....	120
<b>Figura 25</b> – A Lisboa turística na perspetiva dos guias turísticos e do Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa (TLx) - ampliação da micro-centralidade “Centro histórico” ...	121
<b>Figura 26</b> – Micro-centralidades na cidade de Lisboa .....	122

## **Siglas e Acrónimos**

**ATL** – Associação do Turismo de Lisboa

**CE** – Comissão Europeia

**CESE** – Comité Económico e Social Europeu

**COM** – Comunicação da Comissão Europeia

**EDEC** – Esquema de Desenvolvimento do Espaço Comunitário

**FC** – Fundo de Coesão

**FEADER** – Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural

**FEDER** – Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

**FEP** – Fundo Europeu das Pescas

**FSE** – Fundo Social Europeu

**GIQ** – Gestão Integrada de Qualidade

**MICE** – Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions

**PENT** – Plano Estratégico Nacional do Turismo

**PROT-AML** – Plano Regional de Ordenamento do Território da Área Metropolitana de Lisboa

**PRTLVT** – Plano Estratégico da Região de Lisboa, Oeste e Vale do Tejo

**QREN** – Quadro de Referência Estratégica Nacional

**THR** – Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.

**TLx** – Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa

**TLx10** – Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa 2010

**TLx14** – Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa 2011- 2014

**TLx19** – Plano Estratégico para o Turismo na Região de Lisboa 2015-2019

**UE** – União Europeia



**A todos aqueles que apesar dos obstáculos, nunca deixam de acreditar e conseguem alcançar o “impossível”. A esperança é a mais grandiosa das virtudes.**



# **Capítulo I**

## **Introdução**





## 1. Apresentação e justificação do tema

No âmbito do *Mestrado de Políticas Europeias* foi possível adquirir conhecimentos acerca das políticas públicas nacionais e europeias, os instrumentos para a valorização da diversidade linguística, cultural e ambiental, bem como os programas e os projetos de valorização da herança do património europeu. Na sequência do estudo destas várias dimensões, a presente dissertação de Mestrado incidirá sobre esta temática, cujo interesse e relevância se demonstrará explorando o tema: A atratividade turística da cidade de Lisboa no contexto das políticas europeias de turismo urbano.

Na conjuntura atual, o setor turístico exerce um papel fundamental no contexto urbano e, também, para o desenvolvimento de uma região e/ou um país, sendo um tema de grande interesse para compreender estas duas realidades. A preferência por Lisboa prende-se com o facto de ser a capital, bem como a maior e mais importante cidade de Portugal, possuindo inúmeras atrações turísticas, com áreas de grande afluência de turistas e visitantes de todo o mundo. É na verdade um misto de contemporâneo, com toda a área do Parque das Nações, e de antigo, com o seu sumptuoso Mosteiro dos Jerónimos e o imponente Castelo de São Jorge.

A um nível mais pessoal, outro fator que apelou à escolha desta temática foi, sem dúvida, o facto de ter frequentado a cadeira de *Geografia do Lazer e do Turismo* e ter realizado como projeto de *Seminário de Geografia Humana* um artigo sobre o Turismo, o que forneceu algumas bases, pois este sempre foi um ramo da Geografia que me interessou particularmente.

Na verdade, o turismo urbano tem recebido pouca atenção nos estudos realizados pelos geógrafos mas, ainda assim, nos últimos anos tem existido um aumento considerável do interesse sobre esta temática, pois na verdade a nossa sociedade continua em constante mutação, favorecendo o desenvolvimento das deslocações turísticas em meio urbano. Estas mudanças atuam num domínio económico, mas também, sociocultural, desenvolvendo-se novos padrões de consumo e o interesse pela arte, pelo património e pela cultura, ou seja, todos os elementos que constituem e compõe um espaço urbano, tornando possível o crescimento do turismo urbano, garantindo-lhe um futuro.

Neste contexto de crescimento e de forte contribuição para as receitas do turismo, as políticas mais recentes do setor vão proporcionar e garantir a dinamização e valorização do turismo urbano, incentivando a promoção de novas atividades turísticas. Em Portugal, e

com particular incidência na cidade de Lisboa, o interesse pelo turismo urbano tem sido cada vez maior; prova disso mesmo tem sido os projetos e as iniciativas públicas e privadas realizadas nos últimos anos, nomeadamente a Lisboa 94, a EXPO 98, os *Hostels*, o Terminal de Cruzeiros e, mais recentemente, os ‘*Tuck-Tuck*’, que invadem os noticiários quase diariamente.

A presente investigação procura, então, refletir sobre as políticas de turismo urbano e as estratégias relacionadas com o setor turístico na cidade de Lisboa, bem como compreender melhor os fatores que têm contribuído para atratividade turística de Lisboa e ainda conhecer o impacto das estratégias e políticas nacionais e europeias de turismo urbano, assim como as motivações dos turistas e outros agentes.

## 2. Questões de investigação e problemática

Face ao que já foi apresentado anteriormente, foi imprescindível a definição das questões de investigação que tem como finalidade clarificar o conhecimento que efetivamente se pretende pesquisar, bem como qual o objeto de estudo. Na opinião de Quivy (2008), o investigador deve enunciar o projeto de investigação na forma de uma pergunta de partida, através da qual tenta exprimir o que procura saber, elucidar e compreender melhor.

Assim, as questões de investigação que norteiam esta dissertação são as seguintes:

*As políticas da UE em matéria de turismo urbano revelam-se as mais adequadas para dar uma resposta clara às necessidades reais do setor turístico nas cidades?*

*A atratividade turística da cidade de Lisboa pode ser entendida sob diversas perspetivas de acordo com os diferentes interesses e agentes?*

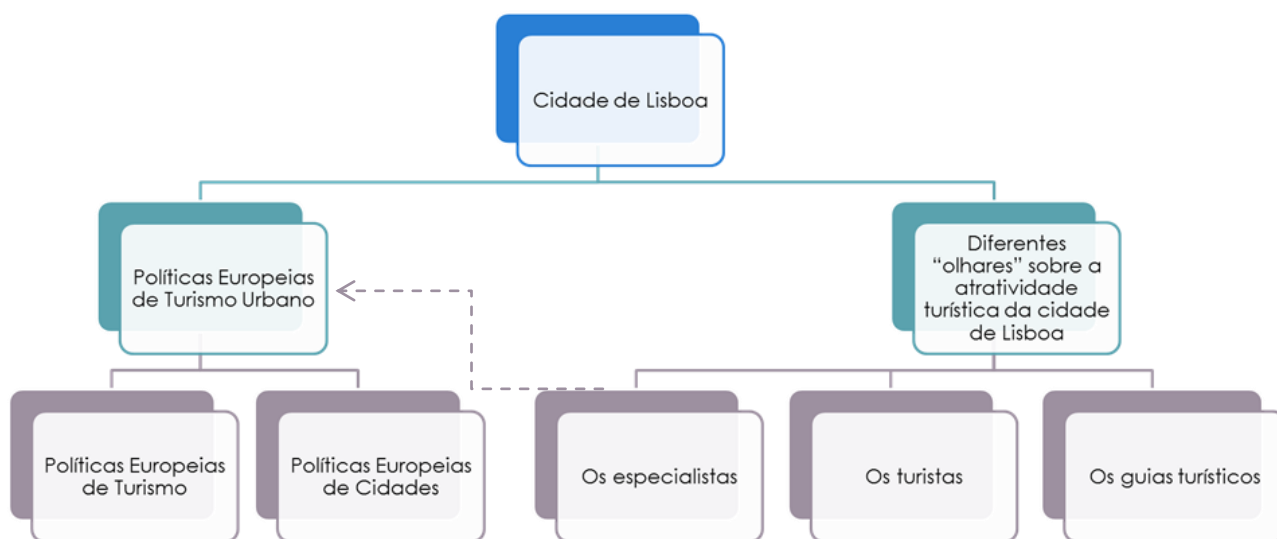
As questões de investigação estão formuladas para que o projeto seja exequível, pois apesar de serem algo abrangentes, já existe alguma informação de base que irá suportar a fundamentação das mesmas. Pressupõe-se que se existir de princípio uma boa organização, será possível obter uma resposta coerente às questões de investigação. Procura-se assim, apresentar resultados sustentados na investigação empírica e tendo como referência estudos orientadores nesta área de pesquisa.

Para Quivy (2008, p. 13), a escolha de uma problemática não é um fenómeno casual ou da inspiração pessoal. O investigador “faz parte de uma época, com os seus

problemas, os seus acontecimentos marcantes, os seus debates, sensibilidades e correntes de pensamento em evolução”. A formulação das hipóteses são a melhor forma de organizar a investigação e proporcionar-lhe ordem e rigor, tendo igualmente, a capacidade de fornecer o critério para a recolha de dados que confrontará as hipóteses com a realidade. Perante isto e para direcionar a dissertação foi necessário delinear as seguintes hipóteses:

*Se existe na UE políticas vinculadas para o turismo urbano, então é porque a sua existência é imprescindível para uma maior e melhor orientação do setor turístico nas cidades.*

*Se o conceito de ‘atratividade turística’ é ambíguo e pode ser medido de diversas formas, então é porque existem diferentes perspetivas sobre a atratividade turística de Lisboa.*



**Figura 1** - Conceptualização do modelo de análise: esquematização da problemática

A investigação comporta perspetivas e ideias que devem ser apresentadas numa linguagem e forma que permitam o trabalho sistemático de análise e recolha de dados de observação ou experimentação (Quivy, 2008). A figura 1 representa a problemática em análise, sendo constituída por dois grandes tópicos, o primeiro correspondente às políticas europeias de turismo urbano e o segundo aos diferentes “olhares” sobre a atratividade turística – especialistas, turistas e guias turísticos, mais especificamente na cidade de Lisboa, pois é onde se irá centrar este estudo.

### 3. Objetivos da investigação

Após referidas as motivações para a escolha do objeto de estudo, assim como, a problemática subjacente e enunciadas as questões de investigação que conduzem o projeto, traçaram-se os objetivos da investigação:

- ⇒ Problematizar a questão do turismo nas cidades;
- ⇒ Clarificar alguns dos conceitos relacionados com o ‘turismo urbano’ e a ‘atratividade turística’;
- ⇒ Analisar as políticas europeias de turismo e de cidades;
- ⇒ Averiguar se as políticas europeias e nacionais têm tido impacte no turismo urbano e qual a sua relevância para o setor do turismo;
- ⇒ Compreender as políticas da UE em matéria de turismo urbano e quais as suas respostas às necessidades reais do setor turístico nas cidades;
- ⇒ Fazer uma análise da cidade de Lisboa como destino turístico no contexto nacional;
- ⇒ Entender em que medida a atratividade turística da cidade de Lisboa promove a sua internacionalização;
- ⇒ Conhecer diferentes perspetivas sobre a atratividade turística de Lisboa – a visão dos especialistas, turistas e dos guias turísticos.

Terminada a apresentação das questões de partida e objetivos da investigação, irá ser exposta de seguida uma síntese da metodologia de investigação que a sustenta e permitirá ser executável.

### 4. Metodologia

A investigação realizada pode ser considerada um estudo de caso, sobre a cidade de Lisboa como destino turístico, no contexto das políticas europeias de turismo urbano. Para Deus *et al.* (2010, p. 3), o estudo de caso “não é um método específico de pesquisa nem uma escolha metodológica, mas uma forma particular de estudo e uma escolha do objeto a ser estudado”. Assim, é essencial conhecer o que se aprende ao estudar o caso, sendo necessário um estudo da particularidade e da complexidade de um caso singular. É igualmente, imprescindível, ter em conta que o conhecimento concebido a partir do estudo

de caso é diferente do conhecimento criado a partir de outras pesquisas, pois é mais concreto, mais contextualizado e direcionado para a interpretação do leitor.

Em termos metodológicos, os procedimentos foram selecionados de acordo com os objetivos delineados, de modo a responder as questões de partida formuladas. Neste sentido, ao desenvolver este projeto de investigação foi necessário percorrer diferentes etapas de pesquisa:

- ⇒ A dissertação é inicialmente composta pelos aspetos de enquadramento geral do tema, problematizando a questão do turismo nas cidades, prosseguindo com a clarificação de conceitos teóricos importantes como ‘turismo urbano’ e ‘atratividade turística’, uma vez que a definição dos mesmos é crucial para o entendimento do que irá ser exposto e desenvolvido ao longo da investigação.
- ⇒ A investigação a desenvolver inicia-se partindo da análise das políticas europeias em matéria de turismo urbano, onde será possível averiguar se efetivamente tem existido uma evolução notória nas políticas para o turismo urbano na UE e qual a sua relevância para o setor do turismo, bem como compreender se as políticas da UE em matéria de turismo urbano se revelam as mais adequadas para dar uma resposta clara às necessidades reais do setor turístico nas cidades. Neste ponto, foi realizada uma análise do estado do conhecimento científico sobre esta realidade, mostrando os principais contributos e as suas influências.
- ⇒ Sucedeu-se uma análise da cidade de Lisboa como destino turístico no contexto nacional, procurando identificar, de acordo com a bibliografia, os principais fatores que contribuem para a atratividade turística da cidade, promovendo também a sua internacionalização. Esta fase apoiou-se em bibliografia e documentação correspondente a estudos efetuados sobre o assunto.
- ⇒ A dissertação possui uma fase mais empírica onde se procurou conhecer diferentes perspetivas sobre a atratividade turística de Lisboa – através da visão dos especialistas, turistas e guias turísticos, pressupondo que o conceito de ‘atratividade turística’ é complexo e pode ser medido de diversas formas. Neste sentido, foi recolhida um conjunto de informação que permitisse fazer um estudo comparativo baseado nos diferentes “olhares” sobre a cidade de Lisboa como destino turístico.

Na fase empírica da investigação, foram utilizados diferentes instrumentos de recolha de dados, uma vez que foi necessário obter informação de diferentes fontes para alcançar

uma visão mais consistente dos temas em análise. Sendo assim, os principais instrumentos de recolha de dados foram:

- ⇒ As entrevistas, pois segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 195), a entrevista é um encontro entre duas pessoas, com a finalidade de uma delas obter informações a respeito de um determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. Consideram que a entrevista é um instrumento de excelência na investigação social, quando é realizado por um investigador experiente, "é muitas vezes superior a outros sistemas de obtenção de dados". Foram realizadas algumas entrevistas semi-diretivas (3) a especialistas na área das políticas europeias e do turismo urbano, sendo que foram objeto de uma análise de conteúdo de tipo descritivo.
- ⇒ A análise de um conjunto de guias turísticos, no sentido de mostrar uma visão sintetizada dos aspetos mais importantes sobre a forma como Lisboa é apresentada como destino turístico. Foi efetuada uma pesquisa em diferentes idiomas, reunindo os seus Top10, de forma a obter um conjunto de principais atrações turísticas, compreendendo assim quais as mais referenciadas. De seguida, foram realizados um conjunto de mapas de círculos proporcionais para obter uma distribuição geográfica das principais atrações turísticas na cidade de Lisboa.
- ⇒ Os questionários aos turistas na cidade de Lisboa, com o principal objetivo de recolher alguma informação sobre o modo como estes percebem a cidade. Este questionário foi construído mediante a seleção de um conjunto de questões que pretendiam obter respostas diretamente ligadas com os objetivos da investigação. Apesar de ser dirigido a uma amostra modesta, permitiu retirar algumas conclusões, ainda que pouco generalizáveis, sobre a perspetiva dos turistas, assim como confirmar ou não algumas informações apresentadas nas estatísticas sobre o turismo na cidade. Segundo Gilham (2005), os questionários são muitas vezes combinados com outros métodos de recolha de informação, dado que a utilização do questionário, como único método de recolha de informação sobre uma realidade social, fornece uma visão limitada daquilo que é essa mesma realidade.

Em suma, foram utilizados um conjunto de instrumentos como forma de recolha de informação, todos com um objetivo muito específico e claro, tendo sempre em vista o enriquecimento do próprio conhecimento e, acima de tudo, a

preocupação em garantir o máximo rigor e o aprofundamento possível relativamente à temática a ser desenvolvida no projeto de investigação.

## 5. Estrutura da dissertação

A dissertação organiza-se em cinco capítulos, numa estrutura relativamente acessível, na tentativa de apresentar da melhor forma possível a investigação realizada. Em cada um deles foram utilizadas as metodologias que pareceram mais adequadas à abordagem do tema específico, ao objeto de estudo, bem como aos seus objetivos.

No primeiro capítulo, designado de Introdução, para além da apresentação do tema e da motivação que esteve na base da investigação realizada, foram apresentadas as questões de investigação e a problemática associada, assim como os objetivos de investigação que se procuraram cumprir ao longo do estudo. Contextualizada a temática em investigação e refletida a relevância do estudo, este capítulo inclui uma breve referência à metodologia de investigação utilizada.

No segundo capítulo, intitulado de Revisão da Literatura, efetuou-se, um estado da arte, que contextualiza o tema da dissertação. Neste sentido, numa primeira parte apresenta-se os aspetos de enquadramento geral do tema, problematizando a questão do turismo nas cidades, prosseguindo com a clarificação de conceitos teóricos importantes como ‘turismo urbano’ e ‘atratividade turística’. Ainda neste ponto são analisadas as políticas europeias em matéria de turismo urbano, onde será possível averiguar se efetivamente tem existido uma evolução notória nas políticas para o turismo urbano na UE e qual a sua relevância para o setor do turismo, bem como compreender se as políticas da UE em matéria de turismo urbano se revelam as mais adequadas para dar uma resposta clara às necessidades reais do setor turístico nas cidades. Por fim, foi necessário analisar a cidade de Lisboa como destino turístico no contexto nacional, procurando identificar, de acordo com a bibliografia, os principais fatores que contribuem para a atratividade turística da cidade, promovendo também a sua internacionalização.

No terceiro capítulo, nomeado de Metodologia de Investigação, são apresentados os instrumentos de recolha de dados que foram escolhidos para se obter informações que possibilitassem comprovar ou refutar as hipóteses de investigação definidas anteriormente, bem como o modo como se procedeu à análise dos dados recolhidos, incluído algumas considerações éticas de modo a assegurar o respeito absoluto pelos participantes na investigação.

O quarto capítulo, designado de Análise e Interpretação dos Resultados: Diferentes “Olhares” sobre a Atratividade da Cidade de Lisboa como Destino Turístico no Contexto das Políticas Europeias de Turismo Urbano é a fase mais empírica onde se procura conhecer as diferentes perspetivas sobre a atratividade turística de Lisboa – através do “olhar” dos especialistas, da visão dos turistas e da perspetiva dos guias turísticos, procurando-se fazer um estudo comparativo baseado nos diferentes “olhares” sobre a cidade de Lisboa como destino turístico. Inclui toda a informação recolhida das entrevistas com os especialistas, dos questionários aos turistas e da análise documental e de conteúdo dos guias turísticos.

No quinto e último capítulo, das Considerações Finais, constam algumas reflexões relativamente às ideias que mais se evidenciaram sobre a temática explorada ao longo da dissertação – compreender a atratividade turística da cidade de Lisboa no contexto das políticas europeias de turismo urbano. Estas considerações finais têm, portanto, como objetivo regressar ao início da investigação e percorrer todos os passos da mesma, procurando patentear as ideias mais marcantes a que foi possível chegar, mas também, são lembradas as hipóteses que orientaram a investigação, no sentido de concluir a sua verificação. São ainda reconhecidas algumas limitações na presente investigação e é feita uma retrospectiva do processo de aprendizagem no Mestrado de Políticas Europeias.

A dissertação inclui ainda a apresentação das Referências Bibliográficas selecionadas para a realização desta investigação, assim como os guias turísticos consultados. Incluiu-se um conjunto de Anexos que se considerou pertinente apresentar, como o modelo da entrevista, o modelo questionário e o quadro completo da perspetiva dos guias turísticos, entre outros.

Concluído o capítulo introdutório da investigação, irá de seguida ser apresentado o Estado da Arte sobre a temática em estudo.



# **Cap. II**

## **Revisão da Literatura**



## **1. Enquadramento teórico**

O capítulo que se inicia procura fazer um enquadramento teórico, sobre os aspetos referentes às cidades como destinos turísticos, ao turismo urbano e à sua atratividade turística, tornando assim possível fazer uma síntese das principais ideias presentes na bibliografia consultada sobre a temática em estudo.

Foi consultada um conjunto de bibliografia científica e estudos nacionais e internacionais sobre as políticas europeias e nacionais de turismo urbano, no sentido de compreender a sua relação com a evolução do turismo em Lisboa e ainda analisar os fatores que poderão explicar a atratividade turística da cidade.

### **1.1. O turismo e a cidade**

Segundo Henriques (2003, p. 1), as relações entre turismo e espaço urbano são muito antigas e bastantes complexas. Com efeito, o turismo é na sua essência, um fenómeno eminentemente urbano. As relações entre urbanização e turismo não se restringem, porém, à simples conceção de que “a urbanização gera turismo, mas o turismo induz também a urbanização”.

As origens do designado “turismo moderno” remontam ao século XIX, quando se assiste ao aparecimento das primeiras agências de viagem, das excursões organizadas e dos primeiros cruzeiros, para além do crescimento do turismo termal e de praia. Todavia, é somente no século XX, que se pode falar no turismo como motor de desenvolvimento urbano. Desenvolve-se assim esta ligação entre o turismo e a urbanização. A cidade torna-se um espaço que exerce atração sobre os visitantes, surgindo como consequência a tendência para uma polarização do turismo nas áreas urbanas, mais notória nas regiões onde a oferta de produtos turísticos alternativos ao turismo cultural e urbano não é grande.

Mais recentemente, Peixoto (2003, p. 8) considera que a novidade no turismo urbano, reside no facto de que “para além da importância do fascínio exercido pela temporalidade simbolizada nos monumentos e na arquitetura”, existem outros fatores que derivam dos estilos de vida, dos quotidianos e dos espaços urbanos, que o setor turístico e de lazer promove e comercializa. Fortuna (2008), refere que numa sociedade em que se torna cada vez mais fácil viajar, o fascínio das cidades surge associado à sua temporalidade e, por isso, a cidade histórica e monumental é uma das principais atrações turísticas. Com efeito, os elementos físicos da arquitetura urbana, nomeadamente os monumentos, edifícios,

praças e jardins, são os que captam a maior atenção dos turistas. Para este autor, outros elementos da cultura urbana como o comportamento público das pessoas, os museus e galerias, bem como vida e animação da rua e, por fim, lojas e comércio são, igualmente elementos apreciados pelos turistas.

Para Henriques (2009), a Geografia do Turismo tem dedicado pouca atenção ao estudo das relações entre a cidade e o turismo, ainda que nos últimos anos se tenha presenciado um aumento considerável do interesse por este assunto. Na realidade, as modificações na economia e na sociedade parecem beneficiar o progresso das modalidades turísticas de meio urbano, não surpreendendo assim que muitas das políticas recentes do setor recomendem, justamente, a dinamização e valorização do turismo urbano, fazendo com que a promoção das atividades turísticas ganhe igualmente, um lugar de destaque nas estratégias de desenvolvimento de um número crescente de cidades. Com efeito, o autor chama a atenção para o facto de que as grandes metrópoles mundiais, como Paris, Londres e Nova Iorque, recebem por si só, anualmente, um número de visitantes bastante superior ao que acolhem países inteiros que constituem conhecidos destinos turísticos, como a Tailândia, o México ou o Egito. E ainda que, em Portugal, apesar da evidente especialização do país na oferta de sol e mar, Lisboa ultrapassa o Algarve em número de hóspedes (26,7% do total contra 23,8%, em 2003) e em receitas de turismo.

Estudos mais recentes do Turismo de Portugal I.P (2010) indicam que, o turismo urbano no período compreendido entre 2005-2020 será um dos segmentos mais importantes e dinâmicos, estimulado pelo aparecimento das companhias aéreas *low cost* na Europa, conduzindo a um número crescente de visitas às cidades, especialmente para estadias de curta duração, tornando o produto *city-break* um dos mais populares e preferidos dos visitantes. O estudo refere ainda que as cidades enquanto centros de arte, cultura e património, desde sempre conquistaram um lugar de destaque nos circuitos turísticos, inicialmente, visitadas pelas classes intelectuais e mais abastadas e, posteriormente, com a democratização das viagens, passando a ser promovidas como destinos turísticos nas feiras e exposições. Assim, os primeiros pacotes turísticos de cidades europeias passaram a integrar os circuitos comerciais, alargados pela publicação dos primeiros guias de viagem, contribuindo para alterar completamente o ato de viajar, e como consequência, impulsionando o acréscimo da oferta disponível.

O fenómeno do turismo urbano apresenta-se assim, como uma relação que se tem vindo a fortalecer desde o início do séc. XX. Mais recentemente, têm-se desenvolvido estudos sobre o turismo urbano, no sentido de conhecer e otimizar o seu potencial. No

próximo ponto, serão apresentados alguns estudos que têm enquadrado a evolução das cidades como destino turístico.

## 1.2. O turismo urbano: a cidade como destino turístico

Numa tentativa de apresentar uma caracterização de turismo urbano, é possível verificar que diferentes autores apresentam visões complementares. Segundo Henriques (2003), o turismo que se associa ao espaço urbano pode revestir várias formas:

- O turismo de reencontro, que envolve as muitas viagens que anualmente se realizam com a intenção de visitar familiares e amigos, particularmente em períodos festivos (Natal, Páscoa, celebrações familiares), fins-de-semana e férias;
- O turismo de negócios (inclui o turismo de congressos), a que se associam, por norma, estadias curtas em dias de semana;
- O turismo de eventos, motivado por acontecimentos ocasionais, sujeitos a uma certa periodicidade, ou mesmo excecionais, especialmente de carácter cultural ou desportiva;
- O turismo comercial, motivado pelas compras;
- O turismo de recreio, que envolve as restantes viagens desenvolvidas no quadro dos tempos livres e por razões que se prendem com o lazer, a fruição ou o descanso.

Para este autor, estas diversas modalidades de turismo que ocorrem no espaço urbano, associam-se a deslocações com propósitos muito diferentes. Embora, em teoria, todas estas motivações possam conceber viagens semelhantes, envolvendo deslocações mais ou menos longas, e estadas também mais ou menos demoradas, na prática o que se verifica é a tendência para que se distingam umas das outras no tipo de visita que produzem. Para finalizar, convém salientar que em quase todas as visitas, independentemente da motivação primordial que tenham, as compras representam um elemento importante da viagem, que consome aos turistas tempo e dinheiro. Significando assim que, a oferta de um comércio de qualidade e com preços vantajosos pode constituir uma variável importante na escolha do destino urbano, especialmente no turismo de recreio, razão por que deverá ser visto como um dos aspetos que define a competitividade turística das cidades.

De acordo com o estudo de Barreira (2010, p. 24), o quotidiano e o turismo não são encarados como oposições, mas sim como espaços articulados, uma vez que os turistas trazem as suas “bagagens culturais”. Esta mesma autora introduz o conceito do turista

urbano contemporâneo que “seria comparado ao vagabundo, ao aventureiro e ao errante que usa o espaço e o tempo de forma diferenciada, supostamente na contramão das ordenações de moradores submetidos ao trabalho e às tarefas próprias da sua cidade”. Com efeito, o turista urbano é um espectador atento dos movimentos que compõem a vivência diária da população residente.

Liccardo (2010, p. 3) afirma que, o “turismo urbano é um tipo de turismo que se baseia em torno da oferta cultural, recreativa e profissional que as cidades têm para oferecer”. Mais ainda, este é o tipo de turismo predominante na Europa, sendo o principal segmento económico das suas cidades. Outros autores como Popescu e Corbos (2010, p. 70) complementam esta ideia afirmando que, o “turismo urbano é um dos principais fatores do crescimento económico das cidades europeias”. Para estes, o turismo urbano proporciona o desenvolvimento de novas instalações culturais e comerciais e a melhoria das mesmas que podem ser usufruídas pelos moradores e turistas, a recolha de fundos necessários para preservar monumentos, arte e tradições, contribuindo para a melhoria da qualidade do ambiente. Na comunidade urbana, o turismo urbano trás benefícios na criação de novos postos de trabalho, novas perspetivas para as empresas locais de turismo, novas possibilidades de investimento, melhoria de infraestruturas, melhoria dos padrões de vida e criação de impostos locais que podem ser utilizados na restauração de infraestruturas e melhoria dos serviços comunitários.

Segundo a tese de Popescu e Corbos (2010, p. 72), o turismo urbano deve estar atento às procuras e tendências do mercado para se adaptar às mesmas e, assim, atrair mais turistas. Estes autores definem ainda o conceito de marketing de turismo, como “uma política promovida por uma organização que pretende satisfazer os desejos dos turistas através de métodos e técnicas específicas, da adaptação permanente da própria oferta nas procuras atuais, para melhor satisfazê-los e realizar algumas atividades rentáveis nas condições dadas de mercado”. Em última análise, através desta perspetiva conseguimos compreender a importância do marketing para a projeção e expansão do turismo urbano.

Segundo Azevedo (2011, p. 25), o turismo urbano é “o que se realiza numa cidade e compreende todas as atividades que os turistas e visitantes realizam durante a sua estada”. Com efeito, a oferta turística no espaço urbano constitui um segmento com elevado e crescente peso na procura turística, não só pelos fluxos turísticos que gera, mas pela importância que possui como destino de férias. Sensivelmente, 80% da população europeia vive em cidades, assim estas deixem de ser somente, territórios de desenvolvimento cultural e social para se transformarem em lugares onde as pessoas vivem, trabalham,

compram e desfrutam do lazer. Neste contexto, podem ser consideradas, três tipologias de turismo urbano:

- A que se centraliza nas atividades culturais e compreende a visita a monumentos, museus e exposições, onde os turistas são descritos como tendo um nível médio-alto cultural e os motivos principais são, sobretudo o enriquecimento cultural;
- Na segunda tipologia, enquadra-se as atividades profissionais, como congressos, jornadas, feiras, isto é, o segmento de ‘turismo de negócios’, a que corresponde um turista que visita a cidade por razões profissionais e que detém um nível económico e cultural elevado;
- Por fim, a atividades de lazer, na qual se incluem as férias e que retratam níveis de afluência mais elevados, traduzindo-se em benefícios económicos para a cidade. Contudo, requerendo o desenvolvimento de uma boa oferta complementar.

A mesma autora menciona que existe uma relação de complementaridade entre as três tipologias, principalmente se existir tempo livre para desfrutar da oferta disponível, pois as cidades são capazes de concentrar num único território população, comércio, serviços, educação, cultura, religião, governos e uma rede de transportes, proporcionando uma multiplicidade de experiências e, deste modo, captando um número significativo de visitantes, tornando-se espaços “multifuncionais e multidimensionais”.

Na opinião de Azevedo (2011), a procura crescente dos turistas por uma maior variedade de atividades e lazer nas cidades, tem servido de motivo e justificação, por parte dos decisores políticos, para revitalizar as cidades, ao nível urbanístico, patrimonial, promocional e nas estratégias de requalificação urbana. Desta forma, o turismo constitui uma vantagem competitiva para o desenvolvimento das cidades, combinando uma oferta capaz de satisfazer as expectativas dos visitantes e, em simultâneo, proporcionando bem-estar aos seus residentes, contribuindo para um desenvolvimento económico e social harmonioso das cidades. Outro aspeto essencial que esta autora demonstra é que, a evolução do turismo urbano tem proporcionado diversas tentativas para conhecer melhor este fenómeno, sobretudo do ponto de vista organizacional, por forma a encontrar os elementos essenciais, como a qualidade dos equipamentos, a informação e acompanhamento dos visitantes, as acessibilidades externa e interna, isto é, transporte público e privado, estacionamento e itinerários, a qualidade das atrações, a imagem da cidade, o alojamento e a restauração.

Assim sendo, tudo parece indicar que o turismo urbano não será uma tendência passageira, mas deverá ser considerado como um segmento em expansão, onde a exigência por parte da população residente de uma oferta mais ampla e mais qualificada na área do lazer e de turismo, poderá permitir às cidades a transformação dos seus recursos em produtos e ofertas turísticos, tornando-se potencialmente destinos turísticos de interesse.

Confirmando algumas ideias apresentadas, Anjos (2013, p. 13) considera que, o cruzamento entre turismo, cultura e comércio tem uma grande expressividade no espaço urbano, sobretudo nas cidades Europeias, repletas de História, onde o número de equipamentos e património culturais disponíveis é enorme (teatros, galerias, museus, monumentos, entre outros), formando no seu conjunto elementos-chave para que sejam um alvo privilegiado no âmbito de diversos segmentos do setor turístico. Esta prossegue e apresenta mesmo uma definição de turismo urbano, como sendo “as viagens realizadas por turistas para cidades de elevada densidade populacional”, confirmando que, atualmente, o turismo de cidade está diretamente associado ao produto de *city breaks*, isto é, a viagens de curta duração, cerca de três a quatro dias, para destinos urbanos com o objetivo de conhecer os mesmos nas suas diversas vertentes.

Em suma, os autores aqui referenciados não apresentam definições de turismo urbano contraditórias, mas sim complementares. De facto, o turista urbano procura um conjunto de ofertas que a cidade pode proporcionar, sendo que, simultaneamente, examina o próprio quotidiano que, por sua vez, pode ser considerado um elemento de atratividade e parte integrante do turismo urbano, pois é onde reside a essência cultural da população. É igualmente, um setor claramente em afirmação nas cidades europeias, dando um contributo importante para a melhoria da qualidade de vida nas mesmas.

### 1.3. Atratividade e diversidade dos destinos urbanos: características e tipologias

Se definir todos estes conceitos em torno do turismo urbano é bastante importante para o seguimento do que irá ser desenvolvido ao longo das seguintes páginas, será também indispensável refletir sobre um outro conceito, que servirá de base para o entendimento do fenómeno do turismo urbano. Importa assim, refletir sobre o conceito de atratividade turística. Procurou-se selecionar um conjunto de estudos recentes que têm desenvolvido o conceito.



Segundo Ruetsche (2006), os elementos do turismo urbano que determinam a atratividade de uma cidade para a vinda de turistas podem ser divididos em:

- Elementos primários – representam as principais razões pelas quais os turistas visitam as cidades. Ex: locais de implantação de atividades, nomeadamente equipamentos culturais, desportivos e entretenimento.
- Elementos secundários – representam os serviços e atividades que permitem a estadia dos turistas, bem como a compra de produtos do país de destino, como por exemplo: alojamentos; comerciais; mercados.
- Elementos adicionais – estes elementos caracterizam-se por fornecerem informações importantes para uma boa organização da viagem dos turistas, como por exemplo: informações sobre o transporte ou turismo.

Estes dois últimos elementos, apesar de não serem a principal atratividade dos turistas, também são importantes para o sucesso do turismo urbano, uma vez que abrangem alojamentos e informações turísticas essenciais para uma boa estadia do turista. A autora indica, ainda, os elementos-chave da atratividade turística urbana:

- Bairros históricos – concentram uma diversidade de atrações e comodidades que são facilmente acessíveis e geram experiências memoráveis aos turistas. As cidades que preservam a sua herança cultural e histórica são favoráveis ao desenvolvimento do turismo.
- Frentes-ribeirinhas – apesar de serem uma atração para os turistas desde sempre, atualmente, têm sido alvos de grandes atenções, na medida em que representam uma variedade de oportunidades não só para o turismo como para a economia e o desenvolvimento da comunidade.
- Centros de convenções e exposições – são setores com um forte crescimento no qual o turista gasta uma quantia acima da média e operam na maior parte do ano, representando assim, uma boa fonte económica para a comunidade local.
- Festivais e eventos – devido ao seu tamanho e escala atraem muitas pessoas. Por esta razão, tornaram-se num meio cada vez mais popular para atrair turistas. O seu impacto no turismo da cidade depende do atendimento e do tipo e número de visitantes.

- “Áreas especiais” – estas são descritas como áreas que concentram uma variedade de atrações, permitindo, desta forma, que os turistas passem facilmente de uma atração para a outra.
- Bom acolhimento dos turistas – é importante a hospitalidade dos residentes, pois irá repercutir na decisão do turista em visitar novamente o local. É igualmente importante o profissionalismo e a excelência do serviço oferecido aos turistas.
- Equipamentos de comércio e restauração – apesar de estarem inseridos nos elementos secundários da atratividade turística, são locais onde os turistas gastam grandes quantias de dinheiro, pois entram em contato com a cultura do local/país de destino e compram lembranças para recordar mais tarde a experiência vivida, sendo assim importante a presença destes equipamentos nas cidades.

Já em THR<sup>1</sup> (2006), o motivo fundamental para a prática do turismo é conhecer uma cidade e as suas atrações monumentais, arquitetónicas, culturais, comerciais e gastronómicas, encontrando-se associado a estadias de curta duração. Desta forma, é essencial que os destinos alcancem um elevado desempenho em determinados fatores-chave, criando um ambiente urbano atrativo e cuidado, com elevado grau de segurança, limpeza e higiene e com uma notável preservação e manutenção do património arquitetónico e monumental. Indispensável é, também, a criação de uma grande diversidade de atividades culturais, contando com a oferta de restaurantes com cozinha regional e internacional e de itinerários temáticos dentro da cidade e em áreas circundantes.

O estudo indica ainda, a importância da oferta de alojamento, de entretenimento noturno, da multiplicidade de opções de compras, com a presença de marcas comerciais de prestígio internacional e da flexibilidade e adaptação dos horários do comércio e de visitas às atrações turísticas. A informação turística em locais estratégicos da cidade é um outro aspeto a não descurar, assim como o eficiente serviço de transporte público, garantindo padrões homogéneos de qualidade dos serviços, promovendo a comercialização de pacotes integrados, dando admissão a diferentes serviços e atrações.

A figura 2 (apresentada em baixo) reflete o que tem vindo a ser referido, pois reúne um conjunto de fatores e condições que permitem um destino turístico ser atrativo para os turistas.

---

<sup>1</sup> Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.



**Figura 2** - A atratividade de um destino turístico. (Fonte: Gomes, 2012, p. 11)

Por sua vez Almeida (2009, p. 10) considera que, atratividade turística consiste em " todo o lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los". Cunha (2009), apresenta uma definição precisa, baseando-se essencialmente na natureza, na história e na cultura, pois considera que são os elementos ou os fatores naturais que motivam uma determinada estrutura e organização na maior parte dos destinos turísticos. Contudo, à medida que o turismo evolui, estes elementos não perdem nem o seu significado nem a sua capacidade de atração, mas surgem novos fatores de atração em resultado da inovação, do progresso tecnológico e de novos estilos de vida.

Para Fernandes *et al.* (2009, p. 7), as atrações turísticas, quer de carácter natural, quer as construídas pelo homem, são as componentes essenciais do produto turístico de uma região. Ainda assim, apesar do enorme papel que as atrações desempenham dentro do setor turístico é vulgarmente aceite que estão deficientemente analisadas. Prosseguem, afirmando que não existe uma definição rigorosa e sucinta que seja relevante para todas as atrações e aponta duas razões principais para a dificuldade da definição de atração turística: existe a complexidade em estimar o número de visitantes acima do qual um determinado local é classificado como uma atração; o intento com que se visita o local pode determinar a sua classificação como uma atração. Estes aspetos tornam-se ainda mais complicados pela natureza desigual das atrações. No entanto, salienta que com alguma criatividade quase tudo pode ser transformado numa atração turística, desde castelos tradicionais e ambientes naturais a cenários menos encantadores, como esgotos e bairros da

lata. Afirma mesmo que, “atrações são os lugares e as pessoas que são objeto do olhar dos turistas.”

Para Liccardo (2010), as paisagens urbanas têm como características a forma, identidade, função, estrutura, processo e significado. Refere ainda, que as cidades planas privilegiam as caminhadas. Os aspetos da paisagem urbana que atraem turistas são a agradabilidade estética, paisagem construída e os caminhos, facilidade de fluxo de pessoas e de veículos, os serviços urbanos disponíveis (esgotos, água, iluminação), equipamentos de apoio (restaurantes, teatros) e o mobiliário urbano (bancos, jardins).

O mesmo autor conclui que as cidades concentram uma diversidade de atrações, nomeadamente eventos, feiras e negócios, serviços, simbolismos e produções culturais, transformando-se assim em espaços privilegiados. Porém, para que as cidades atraiam mais turistas, é primordial prosseguir com o seu investimento a nível social e económico. Por fim, o autor revela que apesar de a cidade turística e a cidade histórica se terem desenvolvido de forma independente, atualmente, existe uma relação muito forte entre ambas, acabando por permitir um desenvolvimento simultâneo.

Na perspetiva de Azevedo (2011), o importante é a criação de uma imagem marcante e única, bem como a promoção e comercialização dos lugares, passando a ser um instrumento de planeamento indispensável para gerir o aumento da procura do consumo nas cidades. Assim, tornará possível distinguir o produto no pensamento dos consumidores, vender o lugar, primeiramente, aos residentes/utilizadores e posteriormente a públicos externos. Por último, os fatores-chave de sucesso do destino são, sobretudo atributos como o clima ou a gastronomia, a capacidade de comunicar e promover eficazmente e possuir um rico e valioso património, histórico, arquitetónico, monumental e artístico.

Silva (2013) refere que os fatores de atração de uma cidade podem ser variados consoante pretendamos considerar a sua tipologia, o propósito da visita, ou outras vertentes. Segundo esta autora existem 4 tipos de atrações para visitantes:

- Atrações naturais – parques, praias, lagos ou montanhas;
- Edifícios construídos sem ter como finalidade a atração turística – igrejas, ou mesmo edifícios industriais ou ruínas;
- Edifícios projetados com o primórdio de atrair visitantes para o entretenimento e educação – parques temáticos e salas de espetáculo; museus e centros de ciência;

- Eventos/festivais – concertos, finais de campeonatos, festivais gastronómicos, feiras medievais, mega eventos (Expo 98 e o Euro 2004), ou eventos mais direcionados a segmentos específicos como conferências, reuniões, entre outros.

Segundo Anjos (2013), no que refere à oferta, as cidades europeias têm uma imagem forte, pois são capazes de corresponder às mais diversas motivações da procura, são bastante completas, na medida em que possuem elementos fulcrais, como equipamentos turísticos qualificados, património edificado, património etnográfico e um preenchido e diversificado calendário de eventos de animação, visto produzirem fluxos turísticos e serem considerados um fator-chave da competitividade destes destinos.

Ainda assim, a autora releva que atualmente, a evolução da oferta deve-se, sobretudo à questão das acessibilidades, pois permitiu expandir a procura turística aos diversos mercados emissores, devido à facilidade das ligações aéreas às principais cidades do centro e norte da Europa, aliado também à redução dos custos de transporte, contribuindo de forma decisiva para a afirmação de Lisboa. Posto isto, os esforços recaem essencialmente, em atrair e desenvolver as companhias *low-cost*, de modo a criar uma situação concorrencial mais favorável. Finaliza, acrescentando que o crescimento da oferta e da capacidade hoteleira dos destinos *city breaks* assenta na modernidade, variedade e na boa relação qualidade/preço, o que acaba por garantir uma boa receção e fixação da procura.

Em síntese, os autores apresentam uma série de características das cidades para motivar o turismo bastante idênticas, divergindo na forma como são descritas, apresentando uma certa complementaridade, apesar de existir um espaçamento temporal significativo entre os documentos analisados. No que diz respeito ao conceito de atratividade, existem de facto certas limitações em todas as definições aqui apresentadas, pois o setor do turismo está em contínuo desenvolvimento, o que torna difícil medir o conceito de atratividade. A própria noção de atração turística tem sofrido uma evolução temporal, tornando-se mais abrangente e, por conseguinte, mais complexa, caminhando no sentido da ambiguidade. A noção de atração turística depende de inúmeros fatores como se procurou demonstrar. De qualquer forma, podemos inferir que a atratividade de uma cidade pode sempre ser quantificada, de acordo com o número de visitantes, sendo que depende daquilo que a cidade tem para oferecer. Os autores referidos salientam o património histórico-cultural, as infraestruturas e a existência de eventos diversificados como fatores estruturantes desta capacidade de atrair turistas.

## **2. As políticas europeias para o turismo e para a cidade**

Neste ponto procurou-se reunir o contributo de vários autores e documentos de referência que se têm debruçado sobre as questões das políticas europeias para o turismo e para as cidades. Nos últimos anos, o turismo nas cidades tem estado em constante desenvolvimento e constituiu um desafio importante para todos os intervenientes nos vários níveis de governação.

### **2.1. As políticas europeias para o turismo**

Segundo Badaró (2001), o turismo está diretamente relacionado com todos os objetivos da União Europeia (EU), quer sejam económicos, sociais, políticos ou culturais, exercendo simplesmente um papel instrumental auxiliar ou em determinados casos uma função principal, garantindo o desenvolvimento eficaz das metas da UE, sendo neste mesmo contexto que se tomam diversas medidas que visam definir uma política comunitária e um Direito do Turismo Europeu.

Na opinião de Lehmeier (2010), durante um longo período de tempo a política de turismo não era uma tarefa da UE. O turismo não era considerado um campo "europeu" de interesse até há cerca de 20 anos atrás. No entanto, durante as últimas décadas, essa noção mudou, transformando a política de turismo numa preocupação europeia.

Desde 1980 que a Comissão Europeia (CE) reconheceu o papel importante do turismo na economia europeia e tem sido mais participativa, em cooperação com as demais instituições europeias: o Conselho; o Parlamento Europeu; o Comité Económico e Social; o Comité das Regiões (Rátz, 2004). Mais tarde, a decisão do Conselho em 1986, atribuiu ao Comité Consultivo para o Turismo a função de facilitar os intercâmbios de informação, as consultas e, se necessário, a cooperação em matéria de turismo (COM, 2001; Rátz, 2004; Santos, 2014).

O “Ano Europeu do Turismo”, em 1990, foi uma iniciativa do Conselho de Ministros, com o objetivo de realçar o papel integrador do turismo na criação da Europa e de salientar a sua importância económica e social. Porém, foi a partir de 1992, que houve a necessidade de avaliar e acompanhar as medidas propostas que afetavam o turismo no quadro de inúmeras políticas comunitárias. Assim sendo, neste mesmo ano foi implementado um Plano de Ação que durou 3 anos (1993-1995), para melhorar os conhecimentos no domínio do turismo, assegurar a coordenação das medidas comunitárias

que afetavam o turismo, a divulgação das melhores práticas em domínios como o ambiente e turismo, bem como a promoção da Europa como destino turístico (COM, 2001; Rátz, 2004; Santos, 2014).

Ainda em 1992, o “Tratado de Maastricht” foi o primeiro documento importante a possuir uma declaração sobre o turismo, especificando medidas para serem incluídos nas atividades da CE. Contudo, o Tratado não concede uma orientação para a política de turismo e não existe nenhuma base jurídica específica. Ainda assim, atualmente muitos programas e políticas pretendem incluir o turismo ou ter um impacto significativo sobre atividades relacionadas, tendo uma influência importante no seu desenvolvimento, nos interesses dos turistas e no desenvolvimento e preservação do património natural e cultural (Rátz, 2004; Lehmeier, 2010).

Em 1995, a Comissão adotou um “Livro Verde”, a fim de estimular um debate sobre a função da UE no setor do turismo, dando as bases para a discussão sobre a viabilidade de uma política comunitária para o setor e para a agenda da sustentabilidade. Em 1996, com base no “Livro Verde” e numa avaliação externa do Plano de Ação foi adotado o primeiro programa plurianual a favor do turismo europeu - “Philoxenia” - (1997-2000). Todavia, apesar dos debates e alterações daí resultantes, a proposta não encontrou o apoio unânime exigido no Conselho de Ministros e foi retirado pela Comissão em 2000 (Rátz, 2004; Santos, 2014).

Em 1999, já se ponderava a possibilidade de rever o dispositivo de consulta das organizações europeias de profissionais de turismo. A participação dos profissionais e representantes da sociedade civil, permitiu logo no início das fases de definição e debate das propostas relacionadas com o turismo, aperfeiçoar as mesmas, acelerar a sua aplicação e facilitar o seguimento dos progressos alcançados (COM, 2001).

No ano de 2000, surge uma Comunicação da Comissão Europeia (COM) intitulada de - “Para um turismo urbano de qualidade”- onde o turismo surge como um eixo estratégico de uma política de ordenamento urbano que, inevitavelmente, tem de proporcionar uma oferta competitiva de forma a satisfazer as expectativas dos visitantes e ao mesmo tempo contribuir para o desenvolvimento da cidade e para o bem-estar dos seus habitantes. Este aspeto é muito importante para a presente dissertação e será abordado no seguimento deste ponto, referente às políticas europeias.

Já a COM, em 2001 - “*Trabalhar em conjunto para o futuro do turismo Europeu*” - apresentava um quadro operacional de acompanhamento das políticas e atividades do turismo na UE, no qual se encontrava um conjunto de medidas que possibilitariam alargar

a base de conhecimentos sobre o setor do turismo, a competitividade das empresas, o desenvolvimento sustentável do turismo e respetiva contribuição para a criação de emprego. A sua aplicação far-se-ia em colaboração com o Conselho, as restantes instituições comunitárias, os profissionais de turismo e os intervenientes da sociedade civil.

Na verdade, o turismo é uma atividade económica importante na UE, compreendendo uma grande variedade de produtos e destinos, assim como uma grande diversidade de intervenientes públicos e privados de competências muito diferentes a nível regional e local. O facto de inúmeras políticas comunitárias terem uma forte incidência sobre as diferentes atividades turísticas, deveria proporcionar uma maior atenção política por parte das principais instituições comunitárias, mas devido à diversidade e fragmentação das suas componentes, não possui uma identidade setorial clara, resultando na fraca visibilidade política do setor.

Esta Comunicação adiantava que o turismo é um dos setores da economia europeia com melhores perspectivas de futuro e as conjeturas indicavam um crescimento contínuo do turismo na Europa, visto ser a região turística mais visitada do mundo, com maior diversidade e densidade de atrações turísticas. No entanto, este crescimento também é resultado do aumento do tempo atribuído às atividades de lazer, da sua importância social e do crescimento económico global. Ainda assim, depara-se com um enorme problema de concentração da atividade turística em períodos específicos e restritos ao longo do ano - sazonalidade - provocando condições de trabalho e de emprego insatisfatórias e efeitos negativos na qualificação, na qualidade dos serviços e na competitividade das empresas, bem como a saturação das infraestruturas de comunicação e de acolhimento.

Neste seguimento, as políticas comunitárias em matéria de turismo abordam aspetos adicionais importantes como: os transportes; a concorrência; o mercado interno; igualdade de oportunidades; defesa dos consumidores; a política regional e instrumentos estruturais a favor do turismo; o comércio; as relações internacionais e o alargamento. Por isso, é fundamental um conhecimento de base mais aprofundado, sendo necessário informação de melhor qualidade, pois o volume e a qualidade dos dados atualmente disponíveis são insuficientes.

Nesta Comunicação, o destino é o local em que se concentra a atividade turística, sendo o ponto crucial da interação entre intervenientes públicos e privados. Neste sentido, identificaram a necessidade de facilitar a aproximação mútua, através de redes de parcerias, nomeadamente quando existisse um carácter transfronteiriço e/ou inter-regional. O intercâmbio de informações de melhores práticas e de experiências, a procura de soluções



comuns, o apoio ou a integração dos intervenientes e a ligação em rede dos destinos turísticos é fundamental, na medida em que contribui para a melhoria da gestão e da promoção dos destinos, a valorização do potencial turístico, a exploração racional do património e do desenvolvimento do turismo local, valorizando as cidades e ainda criando emprego e empresas competitivas.

Outro aspeto essencial que esta Comunicação transmite é que foram realizadas diversas tentativas, a nível internacional e também aos níveis regional e local, a fim de adaptar o princípio do desenvolvimento sustentável às características específicas do setor do turismo. A aplicação dos princípios do desenvolvimento sustentável nos destinos e nos diferentes subsectores da atividade é encarada, cada vez mais, como um valor acrescentado em termos de imagem dos destinos. Isto requer uma estratégia de desenvolvimento sustentável para o turismo na Europa, sob forma de um programa completo de ação, instrumento geralmente conhecido com o termo “Agenda 21”.

De acordo com a COM (2003) - *“Orientações básicas para a sustentabilidade e o turismo Europeu”* - a questão fundamental era garantir a sustentabilidade económica, social e ambiental do turismo europeu para manter o crescimento contínuo, a competitividade e o sucesso comercial deste setor. Assim sendo, os desafios que se colocavam estavam relacionados com os padrões de consumo, nomeadamente a sazonalidade, as viagens de turismo e os padrões de produção, isto é, a cadeia de oferta e os destinos turísticos.

Esta Comunicação avançava que os intervenientes a todos os níveis começavam a determinar as bases necessárias para adequar as condições em matéria de sustentabilidade do turismo. Embora este setor não constitua um objetivo específico da UE, esta tem contribuído muito para os esforços solicitados neste domínio, através de uma série de políticas e medidas que favorecem o desenvolvimento sustentável. As iniciativas específicas recaíam numa melhor monitorização e informação sobre a sustentabilidade do turismo e em atividades que estimulasse novos padrões de consumo turístico, promovendo a sustentabilidade da cadeia de oferta dos destinos turísticos.

Segundo esta Comunicação, a Comissão esperava que outros intervenientes na Europa, nomeadamente os cidadãos e os turistas europeus, as empresas do setor privado, os destinos turísticos e as entidades públicas, assim como os intervenientes da sociedade civil, pudessem contribuir de uma forma significativa para os esforços de realização de um turismo sustentável. O principal desafio que se colocava ao setor do turismo europeu, às empresas e aos seus destinos turísticos, consistia em determinar de que forma se poderia

orientar o crescimento previsto para o setor, nas próximas duas décadas, de forma a garantir o respeito pelos limites e a capacidade de regeneração dos seus recursos, mantendo a viabilidade comercial.

Para a COM (2003) a sustentabilidade do turismo europeu precisava de medidas políticas desde o nível global ao local, que abordassem os padrões de consumo e de produção na cadeia turística. Os intervenientes do setor - empresas, trabalhadores, destinos, administrações nacionais, autoridades locais e regionais - seriam os principais responsáveis pela definição de quadros de política do turismo e pela aplicação de medidas, uma vez que a grande diversidade do turismo europeu, o princípio da subsidiariedade e a falta de competências específicas, implicam que a própria UE apenas possa pôr em prática atividades complementares, incentivando os intervenientes a aplicar medidas de política.

A Comunicação finda com o alerta de que era fundamental prosseguir com melhores práticas sobre o turismo sustentável, bem como o desenvolvimento da informação e de instrumentos políticos, sendo indispensável encontrar técnicas fiáveis de análise da capacidade de acolhimento, desenvolver mecanismos de fácil utilização para informação sobre sustentabilidade e sistemas estatísticos integrados de monitorização e de indicadores que facultassem informação política para a gestão da oferta e da procura turística.

Por sua vez, Rátz (2004) menciona que tem existido um envolvimento progressivo do turismo nos programas apoiados pela UE. As fontes de financiamento para projetos de turismo são os principais fundos para a promoção do desenvolvimento regional, económico e social da UE, isto é: os Fundos Estruturais; os programas e ações em diversos domínios políticos (ambiente, formação, investigação e desenvolvimento da promoção do património cultural); os empréstimos do Banco Europeu de Investimento. Todavia, a maior fonte de financiamento da UE para o turismo, em particular nas regiões menos prósperas, são os Fundos Estruturais.

Para esta autora, regra geral, os fundos são segmentados localmente e os programas operacionais são geridos pelos Estados-Membros, sendo que os projetos individuais são selecionados por entidades regionais e nacionais de cada Estado-Membro, sob ampla supervisão de um comité misto de acompanhamento em que a CE está representada.

A COM (2005) - *“Relativa à assinatura do Protocolo sobre a protecção dos solos, do Protocolo sobre a Energia e do Protocolo sobre o Turismo, da Convenção Alpina”* - pretendia reforçar os objetivos das anteriores Comunicações. No fundo, seria auxiliar nos problemas específicos resultantes do turismo e responder a outros desafios característicos

de áreas geográficas particulares, sendo que a promoção de padrões de turismo sustentáveis constituía uma abordagem importante neste domínio.

Sugeria que o Protocolo sobre o turismo, cujo objetivo global consiste em promover o turismo ecológico e sustentável através da adoção de medidas e recomendações específicas, poderia ser utilizado como instrumento para a integração dos aspetos ambientais do desenvolvimento do turismo sustentável nas estratégias económicas e sociais.

Segundo o Comité Económico e Social Europeu (CESE) (2005), pelo seu carácter transversal, o setor do turismo é influenciado por um conjunto de políticas económicas e industriais da UE, mas é essencial que nas instituições se tenha consciência da importância estratégica que o turismo tem para o emprego e a coesão social e que as políticas sejam aplicadas de forma especializada ao turismo, através de investigações e “projetos-piloto”.

Prossegue o CESE, referindo que a promoção da cultura e do património europeus, isto é, os costumes, a arte, a arquitetura, a história, o folclore e a gastronomia, são elementos que devem desempenhar um papel muito importante numa política de turismo europeia “correta”. Na verdade, os países com um património notável, a valorizar como produto turístico, deveriam apoiar-se nestes valores para o seu desenvolvimento turístico e das suas cidades.

Segundo a COM (2006) - *“Uma política de turismo europeia renovada: Rumo a uma parceria reforçada para o turismo na Europa”* - os desafios que o turismo europeu enfrenta necessitam de uma posição política coesa a nível europeu. Os objetivos devem ser claros e realistas, partilhados pelos decisores, empresários, trabalhadores e populações locais, aproveitando os recursos disponíveis. Por conseguinte, qualquer política de turismo europeia deve ser complementar em relação às políticas executadas nos Estados-Membros. Nesta sequência, a Comissão considera que os instrumentos mais adequados para a aplicação desta política são a coordenação ao nível da Comissão e ao nível das autoridades nacionais, bem como a criação de ações de apoio específicas para melhorar a competitividade e demonstrar a importância do turismo na Europa.

Esta Comunicação preveniu para a possibilidade de financiar projetos turísticos sustentáveis através do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), para apoiar o desenvolvimento socioeconómico. As infraestruturas ambientais e de transportes são também financiadas pelo Fundo de Coesão (FC). O desenvolvimento do turismo, dado o seu potencial de criação de emprego, é um domínio de intervenção essencial do Fundo Social Europeu (FSE). O novo Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural

(FEADER) dará apoio: na melhoria da qualidade dos produtos e da produção agrícolas; na melhoria do ambiente e do espaço natural; no incentivo das atividades turísticas como elemento de diversificação à economia rural; através de estudos e investimentos ligados à manutenção, restauração e modernização do património cultural. As infraestruturas da pequena pesca e do turismo serão, igualmente, apoiadas através do Fundo Europeu das Pescas (FEP).

Ainda de acordo com a COM (2006), em 2004, foi criado o Grupo de Sustentabilidade do Turismo, a fim de incentivar a cooperação entre as partes interessadas e contribuir para o processo da “Agenda 21”, no sentido da sustentabilidade do turismo na Europa. Porém, a complexidade do turismo e a enorme diversidade dos agentes envolvidos, exigem a colaboração de todas as partes interessadas no planeamento e na aplicação das políticas e medidas europeias nesta matéria.

Ainda é salientada a enorme variedade de atrações e a qualidade dos serviços de turismo na Europa, tornando-se no principal destino turístico do mundo. Destaca também, o papel das infraestruturas criadas para o turismo que acabam por contribuir para o desenvolvimento local e para a criação ou manutenção de postos de trabalho, mesmo em áreas em declínio industrial ou rural ou que se encontram em processo de regeneração urbana.

Desta forma, a necessidade de melhorar a atratividade das regiões atua como estímulo para que um número crescente de destinos procure práticas e políticas mais sustentáveis e respeitadoras do ambiente, pois o turismo sustentável desempenha um papel essencial na preservação e melhoria do património cultural e natural o que, por sua vez, tem um impacto positivo em termos de criação de emprego e de crescimento. Destaca, por fim, o recente alargamento da UE que aumentou a diversidade dos destinos e dos produtos de turismo europeus, oferecendo muitas atrações naturais e culturais desconhecidas de muitos cidadãos europeus.

Na conceção de Amaral (2005), a Conferência de Ministros de Turismo Europeus, em 2006, foi um estímulo para divulgar a renovada Política de Turismo para a UE, sendo que os objetivos principais da referida política consistiam em melhorar a competitividade do setor do turismo europeu e criar mais e melhores empregos. No entanto, a UE enfrenta os desafios da globalização, da evolução do transporte aéreo, das mudanças demográficas, da necessidade de sustentabilidade e da procura de novos produtos turísticos.

Menciona ainda que, a política de turismo da UE tem como objetivo favorecer o desenvolvimento harmonioso do turismo em todos os Estados-Membros. Assim sendo, os

objetivos da política comunitária do turismo estão relacionados com três pontos principais: a livre circulação e a proteção de turistas; o papel dos profissionais do turismo no mercado de trabalho; o desenvolvimento regional.

Em relação à livre circulação de turistas, tem como objetivo permitir a eliminação dos controlos aduaneiros, sobretudo depois da aplicação dos acordos de *Schengen*; o fortalecimento do esforço para divulgar as informações junto dos turistas europeus para que utilizem inteiramente os seus direitos de segurança social; a assistência turística e o seguro automóvel, para harmonizar as condições de assistência para as vítimas de acidentes ocorridos no percurso de uma viagem dentro da UE. Todas estas políticas têm como objetivo facultar uma proteção igual em todos os países da UE, bem como a proteção dos interesses dos turistas perante publicidade fraudulenta ou deficiência dos serviços turísticos.

Relativamente aos profissionais de turismo, a política da UE tem como objetivo criar as condições favoráveis para um melhor desenvolvimento das atividades turísticas e favorecer as formações especializadas de nível superior, garantindo a equivalência entre diplomas. Assim, o setor turístico pode beneficiar da ajuda do FSE, de modo a melhorar as possibilidades de emprego e de mobilidade geográfica e profissional.

No que diz respeito ao desenvolvimento regional, a política da UE tem como objetivo promover o turismo, de forma a contribuir para o desenvolvimento das regiões desfavorecidas que possuem propensão turística. Para tal, utilizam-se instrumentos de política regional, nomeadamente, as intervenções do FEDER que contribui para o financiamento dos projetos turísticos, apresentados num programa de desenvolvimento das regiões, assim como as intervenções do FSE, que favorecem o desenvolvimento das atividades de formação, complementares às atividades turísticas.

Estas diferentes ações mostram que a UE tem determinação política para desempenhar um papel ativo no desenvolvimento do turismo e na coordenação das políticas nacionais. É por isso que a política comunitária tende a concentrar-se em certas ações prioritárias, como sejam a promoção do turismo sustentável, cultural e rural e conservação do património arquitetónico em meio urbano, facto relevante para o tema desta dissertação.

Outro aspeto essencial que Amaral (2005) aborda é o alargamento da UE, pois com 10 novos países (Estónia, Lituânia, Letónia, Polónia, Republica Checa, Eslováquia, Hungria, Eslovénia, Malta e Chipre) irá ajudar a criar um setor turístico europeu mais coerente que será reconhecida na Constituição Europeia. Perspetiva-se que os fluxos

turísticos aumentem entre a Europa de Leste e a Europa Ocidental, sendo que estes novos países não são só destinos, mas também podem ser considerados mercados emissores.

Este alargamento constitui um estímulo para o turismo e o recente sucesso de países como a Croácia e a Bulgária, consequência dos turistas que vêm de novos Estados-Membros como a Polónia, Hungria e a República Checa. No entanto, ainda falta alguma visão estratégica nas políticas turísticas, facto que continua a afetar o setor turístico. Assim, é fundamental que se estabeleça uma responsabilidade partilhada entre a UE e estes novos Estados-Membros, pois é um facto que todas as políticas atuais da UE têm influência nos destinos turísticos e isso será ainda mais acentuado com o alargamento.

As boas ligações aéreas são importantes para os novos países membros, bem como a capacidade do turismo em redistribuir a mão-de-obra e o rendimento para as regiões menos desenvolvidas. Os Fundos Estruturais da UE para ajudar as áreas rurais e a conversão de antigas regiões industriais já apoiaram os atuais Estados-Membros, particularmente no sudeste da Europa onde os monumentos podem ser renovados, novas infraestruturas podem ser construídas e se podem desenvolver programas de carácter cultural, contribuindo de forma positiva para o turismo, mas também para as áreas urbanas.

Segundo a COM (2007) - *“Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo”* - o quadro comunitário para o desenvolvimento das políticas económicas, sociais e ambientais, assentava na parceria para o crescimento e o emprego e na Estratégia para o Desenvolvimento Sustentável, oferecendo apoio apropriado para a concretização dos objetivos da Agenda, que consistem na prosperidade económica, equidade e coesão sociais, assim como na proteção do ambiente e da cultura.

Para atingir estes objetivos seria necessário enfrentar alguns desafios, nomeadamente: a conservação sustentável e a gestão dos recursos naturais e culturais; a diminuição do nível de utilização dos recursos e da poluição nos destinos turísticos, incluindo a produção de resíduos; a gestão das alterações verificadas em termos de necessidades e de bem-estar das comunidades; a diminuição do carácter sazonal da procura; o impacte ambiental dos transportes ligados ao turismo; a extensão do turismo a todos sem discriminação; a melhoria da qualidade do emprego no setor do turismo; garantir a segurança, tanto dos turistas, como das comunidades locais onde os serviços de turismo são oferecidos.

Nesta Comunicação foi assegurado que a CE procuraria certificar a visibilidade e o reconhecimento das boas práticas junto dos cidadãos da UE e da sociedade, bem como desenvolver o conhecimento e a compreensão das práticas que associam a sustentabilidade e a competitividade de uma forma reciprocamente estimuladora, reconhecendo a

necessidade de atribuir apoio financeiro às partes interessadas para poderem garantir o cumprimento da “Agenda 21”.

As diversas entidades já verificaram a importância do desafio colocado pela sustentabilidade e estão a trabalhar no sentido de melhorar o seu desempenho, ainda que sejam precisos mais esforços para garantir um real progresso. Assim sendo, para obterem resultados mais significativos, as iniciativas deverão unir os seus esforços e proceder em conjunto de uma forma mais visível e cooperativa.

Para Lehmeier (2010) e Santos (2014), no “Tratado de Lisboa”, em 2009, o turismo é novamente definido como uma das áreas nas quais a UE tem competência, o que foi decisivo para a formação de um quadro de ação coerente para o setor. Atualmente, as políticas são dirigidas para o desenvolvimento do setor, nomeadamente nos domínios do planeamento e do desenvolvimento do produto; na regulação e na promoção da competitividade da oferta; no apoio à promoção e no marketing, com o recurso cada vez maior à digitalização. Também são direcionadas para a gestão dos destinos turísticos, ou seja, ao nível da facilidade de circulação de pessoas; na melhoria das redes de transportes e das acessibilidades; na emergência de uma agenda de desenvolvimento urbano qualificadora dos territórios; na preservação e na sustentabilidade ambiental; na defesa dos direitos do consumidor.

Contudo, refere-se apenas às competências para desenvolver ações destinadas a apoiar, coordenar ou completar a ação dos Estados-Membros, nomeadamente, incentivar a criação de um ambiente favorável ao desenvolvimento das empresas neste setor e promover a cooperação entre os Estados-Membros através do intercâmbio de boas práticas, isto é, a UE serve de apoio e de complementaridade às políticas de turismo nacionais, ainda que exista a possibilidade desta intervir, no caso das falhas por omissão dos Estados-Membros prejudicarem o turismo europeu, respeitando-se assim, a aplicação do princípio da subsidiariedade. Todavia, existe a elaboração de relatórios sobre a melhoria da qualidade dos produtos turísticos que, inclusivamente, marcaram um novo ciclo de avanços na consolidação da política europeia de turismo.

Ainda segundo Lehmeier (2010) e para o estudo do Eurostat sobre o turismo (2013), o papel que o turismo desempenha na criação de crescimento e emprego e o seu impacto sobre outras áreas da política - nomeadamente, a política regional, a diversificação das economias rurais, a política marítima, sustentabilidade, competitividade e a política social e de inclusão (turismo para todos) - é bastante reconhecido. Ainda assim, a CE destaca que há uma unidade responsável pelo turismo na Direção Geral "Crescimento" (DG Growth),

sendo que as iniciativas provenientes deste grupo de trabalho são basicamente projetadas para serem eficazes em toda a UE.

A COM (2010, p. 3) - *“Europa, primeiro destino turístico do mundo - novo quadro político para o turismo europeu”* - evidencia a importância do turismo para “reforçar a imagem da Europa no mundo, para projetar os valores europeus e promover o interesse pelo modelo europeu resultante de séculos de intercâmbios culturais, de diversidade linguística e de criatividade”. No entanto, perante a concorrência e a crise atual é fundamental que a Europa proponha uma oferta turística sustentável e de qualidade, apostando nas suas vantagens, em particular na sua diversidade de paisagens e na sua extraordinária riqueza cultural, tal como deverá reforçar a cooperação com outros países. Na realidade, o turismo europeu tem de evoluir e esta necessidade exige adaptações a todos os níveis.

Perante a COM (2010, p. 8) e, de acordo com o “Tratado de Lisboa”, a política europeia de turismo tem por objetivo principal estimular a competitividade do setor, tendo em conta o desenvolvimento sustentável. Assim, para alcançar este objetivo, as ações podem ser reunidas em volta de quatro eixos: “estimular a competitividade do setor turístico na Europa; promover o desenvolvimento de um turismo sustentável, responsável e de qualidade; consolidar a imagem e a visibilidade da Europa como um conjunto de destinos sustentáveis e de qualidade; maximizar o potencial das políticas e dos instrumentos financeiros da UE para o desenvolvimento do turismo”.

Esta Comunicação ainda alude para a existência de uma competitividade cada vez mais feroz e que, perante este facto, o turismo necessita de um novo impulso. Assim, a Europa deveria investir para oferecer um turismo competitivo, moderno, mas igualmente sustentável, criando valor acrescentado para o território e que ao mesmo tempo seja atrativo para os cidadãos de outros países membros, não descurado a proteção do ambiente. Ao longo dos próximos anos, a CE ambiciona iniciar muitas iniciativas que vão, no fundo, complementar as atuações dos Estados-Membros.

Numa tentativa de sistematizar a informação anteriormente apresentada, Santos (2014) salienta alguns aspetos: a COM de 2006, atribuiu novas competências à UE no setor turístico. Com a entrada em vigor do “Tratado de Lisboa” em 2009, a CE seguiu nos três anos seguintes por uma intervenção mais sólida e sistemática no turismo, sendo que o documento mais emblemático foi com a COM de 2010. No conteúdo de intervenção da UE, é notória a sua tentativa de alcançar praticamente todos os domínios do setor turístico, nomeadamente, o combate à sazonalidade; o estímulo ao turismo social; o apoio às



Pequenas e Médias Empresas, na distribuição e comercialização dos serviços turísticos; a certificação dos destinos; a prospetiva e análise estatística com a criação de um Observatório Virtual; a promoção turística do Destino Turístico Europa; a criação de produtos transnacionais; a ativação de uma agenda para a sustentabilidade.

Também sobressai, igualmente, a penetração da política de turismo na nova estratégia para o crescimento e emprego (Europa 2020) e na Política de Coesão. A apropriação do turismo pela dinâmica política da UE evoluiu bastante a partir de 2010, para um quadro de ação completo e mais integrado que começa, de modo gradual, a intensificar relações com outras políticas de dimensão territorial, como a regional e a dos assuntos marítimos.

Em última análise, a UE não tinha inicialmente competências em matéria de turismo, mas essa condição tem vindo a mudar gradualmente, em direção a um desenvolvimento de uma política europeia de turismo; prova disso é o crescente número de iniciativas relacionadas com o desenvolvimento do turismo promovidas pela CE. Embora, seja necessário ter em conta que, atualmente, continua a ser uma questão de instituições nacionais ou regionais; assim, a UE só pode intervir na política do turismo se as medidas nacionais e regionais forem consideradas insuficientes.

Por fim, apresenta-se de seguida o Quadro 1 que procura sintetizar os principais acontecimentos e iniciativas da UE nas últimas décadas, no âmbito das políticas de turismo (já identificadas anteriormente ao longo do texto):

**Quadro 1** – Evolução das políticas europeias para o turismo 1980 - 2010

Ano	Acontecimentos e Iniciativas
1980	A CE torna-se mais participativa em cooperação com as demais instituições europeias.
1986	Atribuição ao Comité Consultivo para o Turismo a função de facilitar os intercâmbios de informação, as consultas e, se necessário, a cooperação em matéria de turismo.
1990	“Ano Europeu do Turismo”.
1992	Implementação de um Plano de Ação.
1992	“Tratado de Maastricht”.
1995	Adoção de um “Livro Verde”.
1996	Adotação do primeiro programa plurianual a favor do turismo europeu - “Philoxenia”.
1999	Ponderação na possibilidade de rever o dispositivo de consulta das organizações europeias de profissionais de turismo.
2000	A CE apresenta a seguinte Comunicação - <i>“Para um turismo urbano de qualidade”</i> .
2001	A CE apresenta a seguinte Comunicação - <i>“Trabalhar em conjunto para o futuro do turismo Europeu”</i> .
2003	A CE apresenta a seguinte Comunicação - <i>“Orientações básicas para a sustentabilidade e o turismo Europeu”</i> .
2004	Criação do Grupo de Sustentabilidade do Turismo.
2005	A CE apresenta a seguinte Comunicação - <i>“Decisão do Conselho relativa à assinatura do Protocolo sobre a protecção dos solos, do Protocolo sobre a Energia e do Protocolo sobre o Turismo, da Convenção Alpina”</i> .
2006	A CE apresenta a seguinte Comunicação - <i>“Uma política de turismo europeia renovada: ”</i>

	<i>Rumo a uma parceria reforçada para o turismo na Europa</i> ".
<b>2006</b>	Conferência de Ministros de Turismo Europeus.
<b>2007</b>	A CE apresenta a seguinte Comunicação - <i>"Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo"</i> .
<b>2009</b>	"Tratado de Lisboa".
<b>2010</b>	A CE apresenta a seguinte Comunicação - <i>"Europa, primeiro destino turístico do mundo - novo quadro político para o turismo europeu"</i> .

## 2.2. As políticas europeias para a cidade

Segundo Costa (1999), até meados dos anos noventa, as políticas não eram diretamente direcionadas para as cidades, embora tenham sido as principais favorecidas dos programas e iniciativas enquadradas pelo primeiro e segundo Quadros Comunitários de Apoio. Já para Conde (2007), as cidades adquiriram uma posição importante nas agendas políticas e nas prioridades de intervenção pública, uma vez que a própria evolução das cidades e a sua dinâmica originou uma forte pressão sobre o território, isto é, uma enorme concentração de pessoas e atividades económicas nos centros urbanos.

De acordo com Mateus (2012), a UE tem exercido um papel fundamental na consolidação das estratégias para o espaço urbano, tendo em conta que nestes territórios ocorre parte considerável da vida social e económica de cada um dos Estados-Membros. Na opinião de Pinho e Campos (2012), no processo comunitário de pressão houve a consciência da importância das dimensões territorial e urbana para o prosseguimento dos objetivos políticos comuns e a evolução registada foi grande.

Assim sendo, para Mateus (2012), tendo em conta as diferenças existentes em cada Estado-Membro, a estratégia europeia para as áreas urbanas tem o seu impulso a partir de 1973, com a dedicação de um capítulo ao urbanismo e ordenamento do território no Plano de Ação Ambiental da UE. Neste é confirmada a tendência dos espaços urbanos para se desenvolverem sem controlo e a proliferação de pólos, onde se criam de maneira desordenada novos tipos de urbanização dispersa que fazem desaparecer progressivamente os espaços verdes, indispensáveis ao equilíbrio da vida e onde são identificados novos problemas referentes à administração, às infraestruturas, aos transportes, às condições sociais e culturais, ao lazer, à saúde pública e ao equilíbrio ecológico.

Na realidade, a UE e o Conselho Europeu, desde a década de 1980, têm vindo a refletir sobre as questões urbanas e na necessidade de tornar os espaços urbanos mais competitivos e socialmente mais integradores, através da melhoria das condições oferecidas às populações, às empresas e a outros atores, sendo apenas na década de 1990

que a Política Europeia passa a atuar de forma mais direta, com a publicação de resoluções e mandatos específicos.

Ainda para este autor, a Resolução de 1990 vem reconhecer a necessidade de relacionar a atribuição de fundos comunitários com a existência de Planos Territoriais, obrigando a criação de um planeamento das cidades, fazendo uma melhor utilização e gestão dos fundos comunitários.

A primeira publicação no domínio das políticas urbanas, a nível comunitário, foi o “Livro Verde sobre o Ambiente Urbano”, publicado pela CE, em 1990. Este documento é uma referência fundamental, dado que fez um primeiro diagnóstico dos problemas ambientais das cidades europeias, identificando as origens desses problemas e sugerindo orientações políticas. De facto, “representa a primeira manifestação do compromisso da UE em alcançar uma real melhoria da qualidade do ambiente urbano da Comunidade” (Conde, 2007; Mateus, 2012, p. 4; Pinho e Campos, 2012).

Ainda em 1990, foi apresentado o “Programa-Piloto URBAN”, tendo por objetivo apoiar a inovação ao nível do planeamento e da reabilitação urbana, no âmbito de uma política mais ampla de promoção da coesão económica e social. Os projetos-piloto URBAN constituíram a primeira ação comunitária centrada especificamente nas cidades, incentivando uma abordagem estratégica e integrada nos vários problemas presentes nas áreas de intervenção, bem como o desenvolvimento de parcerias entre os poderes públicos, as organizações da sociedade civil e as comunidades (Pinho e Campos, 2012).

Em 1991, um Grupo de Peritos em Ambiente Urbano, implementaram o projeto “Cidades Europeias Sustentáveis”, lançado em 1993, do qual resultou um relatório incidente na integração dos objetivos de desenvolvimento urbano sustentável nas estratégias de planeamento e gestão (Conde, 2007). Reconhecendo a necessidade de aumentar o conhecimento sobre as questões urbanas e territoriais foi, também, lançado o Programa RECITE “Regiões e Cidades da Europa” (1991-1995), para promover a cooperação e a troca de experiências e boas práticas através de redes de cidades e regiões europeias (Pinho e Campos, 2012).

No seguimento da publicação do “Livro Verde”, em 1992-2000, foi aprovado o Quinto Programa de Ação em Matéria de Ambiente, o qual delineou um novo percurso ao integrar políticas, leis e projetos num programa global, com o objetivo de alcançar o desenvolvimento sustentável. O programa centrava-se nos cinco principais setores económicos suscetíveis de serem perniciosos ao ambiente e destruir os recursos naturais: a indústria; os transportes; a energia; a agricultura; o turismo. Ainda pretendia fomentar

mudanças nos comportamentos e orientações ao nível da UE e dos Estados-Membros (Conde, 2007; Pinho e Campos, 2012).

Mais tarde, em 1994, a CE lança a iniciativa URBAN, com o objetivo de concretizar alguns dos projetos propostos no Quinto Programa. Esta ação iniciou em 1994 e terminou em 2006, mas a sua metodologia foi sendo difundida pelas diferentes políticas urbanas da UE. Destinava-se a apoiar a revitalização económica, social e a requalificação das áreas urbanas, em especial os centros das cidades e as suas periferias - com problemas de declínio económico e urbanísticos, de desemprego, de deterioração da qualidade de vida e acumulação de fenómenos de exclusão social e insegurança - estimulando inevitavelmente outros setores e atividades como é o caso do turismo.

Esta iniciativa teve dois períodos de programação - URBAN I (1994-1999) e URBAN II (2000-2006) e foi co-financiada por dois Fundos Estruturais da UE: o FEDER e o FSE e por outras fontes de financiamento, incluindo as autoridades nacionais, regionais e locais, bem como o setor privado e organizações sociais. No contexto da iniciativa URBAN II, desenvolveu-se o Programa URBACT (Rede Europeia de Intercâmbio de Experiências), entre 2002 e 2006, cujos objetivos consistiam na criação de uma rede de cidades da UE para troca de experiências e boas práticas de sustentabilidade urbana e ainda para dar resposta às necessidades sentidas de desenvolver novas abordagens ao desenvolvimento territorial e urbano e de aumentar o conhecimento. Em sequência da cooperação e a troca de experiências nestas matérias, foram lançados: o Programa TERRA; o INTERREG IIC (1997-2000); INTERREG IIIC; INTERACT (2000-2006) (Mateus, 2012; Pinho e Campos, 2012).

Neste mesmo ano de 1994, no âmbito da “Campanha das Cidades Sustentáveis” e como resultado da Primeira Conferência sobre Cidades Sustentáveis, foi publicado o documento - “Carta das Cidades Europeias para a Sustentabilidade” - onde constam os princípios da sustentabilidade urbana, abrangendo os quatro pilares do desenvolvimento sustentável, ou seja, os aspetos institucionais, económicos, sociais e ambientais (Conde, 2007).

Em 1996, Conde (2007) alude à Segunda Conferência sobre Cidades Sustentáveis, em que resultou o documento - “Da Carta à Acção” - sendo que a sua preocupação recaía na concretização do processo da Agenda 21 Local. Já no ano seguinte, em 1997, na Comunicação da UE ao Conselho, a preocupação com as áreas urbanas é assumida como fator essencial para o desenvolvimento e, portanto, é estabelecida a necessidade de

elaboração de uma Agenda Territorial Europeia, que viria a ser aprovada em 2007 (Mateus, 2012).

Para Pinho e Campos (2012), em 1997, a identificação da necessidade de maior informação de base sobre as cidades e as regiões europeias levou à criação neste período de um conjunto de programas direcionados para este fim: Projeto-piloto Urban Audit, concebido para através da recolha e tratamento de dados estatísticos, identificar as forças e as fraquezas das cidades europeias, permitir uma avaliação da sua situação individual, fornecer informação comparativa e facilitar a troca de informação entre estas; Programa URBACT (2002-2006 e 2007-2013), concebido como instrumento de aprendizagem e de troca de experiências entre as cidades e os atores que estiveram envolvidos nas iniciativas; Programa ESPON (2007-2013), para a promoção de investigação aplicada e de estudos temáticos sobre o desenvolvimento territorial e o planeamento espacial à escala europeia, para apoio ao desenvolvimento de políticas com impacte territorial. Estes programas têm desempenhado um papel fundamental no desenvolvimento da investigação aplicada e de estudos sobre questões urbanas e territoriais, na troca de experiências e aprendizagem em rede e na geração de conhecimento “sobre” e “para” as políticas urbanas.

Em 1998, a CE apresentou uma Comunicação ao Conselho e ao Parlamento intitulada - *“Desenvolvimento Urbano Sustentável: um Quadro de Acção”* - onde se procurava aumentar a eficácia das políticas da UE, tornando-as “sensíveis” às necessidades das áreas urbanas e assegurar um desenvolvimento urbano integrado (Conde, 2007).

Neste período e no âmbito da cooperação intergovernamental, foi aprovado em 1999, pelos Ministros da UE responsáveis pelo ordenamento do território, o Esquema de Desenvolvimento do Espaço Comunitário (EDEC) que constituiu um marco da maior importância no processo de afirmação da dimensão territorial e urbana nas políticas comunitárias, pois propunha análises e orientações para reforçar a coordenação de políticas nacionais em matéria de ordenamento do território. Um dos motivos para a realização do EDEC foi a verificação de que a geografia da Europa permanece bastante polarizada, segundo uma configuração que contrasta entre um centro mais desenvolvido e uma periferia que apresenta características inversas. O EDEC visa, também, um planeamento urbano equilibrado, a igualdade de acesso às infraestruturas, às comunicações e ao conhecimento, uma gestão eficiente dos recursos naturais e do património, contribuindo desta forma para aumentar a atratividade turística dos destinos (Conde, 2007; Pinho e Campos, 2012).

Posteriormente ao EDEC, e em resultado da Terceira Conferência sobre Cidades Sustentáveis em 2000, surge a “Declaração de Hannover”, onde foram definidos os princípios e valores para a ação a nível local, rumo à sustentabilidade urbana, e que abrange os aspetos institucional, económico e social e o “Programa de Lille” (2000) que define um programa multianual de cooperação em matéria de política urbana dentro da UE (Conde, 2007; Pinho e Campos, 2012).

Mais tarde, a Estratégia de Lisboa, em 2000 veio incluir a coesão territorial como um elemento decisivo para a política europeia na determinação dos objetivos de uma economia dinâmica, baseada no capital humano e na competitividade, combatendo a exclusão social e modernizando o modelo social europeu, através do investimento em recursos humanos (Mateus, 2012).

Para Conde (2007), em 2001, a UE realizou a primeira auditoria urbana, na qual se realizou um levantamento das principais tendências não sustentáveis existentes nas cidades europeias e que poderiam ser uma ameaça grave ao bem-estar futuro da sociedade europeia: emissões de gases com efeito de estufa que provocam o aquecimento global e, consequentemente, alterações climáticas; variedade de produtos químicos perigosos, que são utilizados diariamente, constituindo uma ameaça grave à saúde pública; segurança dos produtos alimentares; a pobreza e a exclusão social; o envelhecimento da população; a perda de biodiversidade na Europa; o rápido aumento do congestionamento dos transportes, essencialmente nas áreas urbanas, que enfrentam, igualmente outros problemas como a degradação do centro das cidades, expansão dos subúrbios e concentração de pobreza e exclusão social. Várias foram já as tentativas para alterar estas situações. Porém, a correção destas tendências nem sempre teve o sucesso inicialmente pretendido.

Ainda em 2001, a CE apresentou a comunicação - “*Desenvolvimento Sustentável na Europa para um mundo melhor: Estratégia da União Europeia em favor do desenvolvimento sustentável*”. Nesta Comunicação, surge a necessidade de reorganizar as políticas comunitárias em curso, de forma a otimizar a sua contribuição para obter o desenvolvimento sustentável. Outra iniciativa a referir é o “Sexto Programa de Acção em Matéria de Ambiente”, onde identifica quatro áreas do ambiente em que é indispensável reforçar a ação, nomeadamente no âmbito das alterações climáticas; da proteção da natureza e biodiversidade; saúde e qualidade de vida; gestão dos recursos naturais e resolução de problemas dos resíduos.

Pinho e Campos (2012) evidenciam a “Carta de Copenhaga”, em 2002, que identifica dez princípios fundamentais para que o desenvolvimento urbano e regional possa

dar resposta aos desafios da globalização. Em 2004, foi imprescindível reforçar o planeamento dos espaços urbanos, no sentido de facultar o desenvolvimento sustentável das cidades e uma maior qualidade de vida aos cidadãos urbanos da Europa.

Realizou-se a Quarta Conferência sobre Cidades Sustentáveis, da qual resultou o documento - “Os Compromissos de Aalborg”. As cidades voltam a apostar no papel do poder local como fundamental na condução de todo o processo de desenvolvimento sustentável, nomeadamente na responsabilização partilhada, nas decisões democráticas e participativas, gestão local baseada no planeamento e a promoção do bem-estar aos cidadãos. No mesmo ano, a CE apresentou uma nova comunicação ao Conselho, Parlamento Europeu, Comité Económico e Social Europeu e Comité das Regiões, intitulada – “*Para uma estratégia temática sobre Ambiente Urbano*”. A Comunicação tentou fortalecer o contributo das políticas ambientais para a sustentabilidade das áreas urbanas. Salientam ainda a iniciativa “Urban Aquis” que estabelece um conjunto de princípios comuns subjacentes às políticas urbanas bem-sucedidas (Mateus, 2012; Pinho e Campos, 2012).

Em 2005, foi assinado o “Acordo de Bristol” que define as características das comunidades sustentáveis e estabelece o compromisso de partilha de informação sobre casos de estudo e boas práticas entre os Estados-Membros (Pinho e Campos, 2012). Posteriormente, em 2006, a Comissão das Comunidades Europeias, expôs uma nova comunicação ao Conselho e ao Parlamento Europeu intitulada – “*A política de coesão e as cidades: contribuição das cidades e das aglomerações para o crescimento e o emprego nas regiões*”, dando ênfase a determinados aspetos específicos da dimensão urbana, nomeadamente, a atratividade das cidades, o emprego, a exclusão social, o apoio à inovação e formas de governação eficazes. Esta Comunicação não atribui grande destaque para as questões ambientais, mas mais às questões relacionadas com a competitividade das cidades (Conde, 2007).

Decorrente da Quinta Conferência Europeia de Cidades e Vilas Sustentáveis em 2007, surgiu a “Carta de Leipzig” sobre a Sustentabilidade nas Cidades Europeias. Esta recomenda: a integração das políticas de desenvolvimento urbano; a reconciliação de interesses para o consenso entre o estado, as regiões, as cidades, os cidadãos e os atores económicos; o reforço na educação e inovação; acessibilidade e oferta de transporte urbano coordenados em rede com o transporte da região envolvente à cidade e modernizando a sua infraestrutura, tornando-a energeticamente mais eficiente; assegurar espaços públicos de qualidade; prosseguir com estratégias para melhoria do ambiente construído; maior atenção

às necessidades dos bairros pobres dentro do contexto da cidade, conduzindo ao aumento da atratividade das cidades e do setor turístico.

Neste encontro, os ministros dos Estados-Membros fizeram uma retrospectiva sobre a implementação da Carta, os “Compromissos de Aalborg” e a sustentabilidade local na UE. Salientaram, também, a importância sistemática e estruturada da troca de experiências e de conhecimentos no campo do desenvolvimento urbano sustentável e o debate nacional na integração dos princípios e estratégias desta carta nas políticas de desenvolvimento nacionais, regionais e locais (Conde, 2007).

Ainda no ano de 2007, é aprovada a “Agenda Territorial Europeia” que antecipa a necessidade de uma parceria entre o espaço urbano e o espaço rural, assegurando a todo o território o acesso a infraestruturas e conhecimento numa base sustentável, aplicada à gestão de recursos e à cuidadosa proteção da natureza e do património cultural (Mateus, 2012). Dá-se ainda a inclusão da coesão territorial como um dos grandes objetivos políticos da UE, a par da coesão social e económica, operada com a assinatura do “Tratado de Lisboa”, criou novas condições e também novas responsabilidades nesta matéria por parte da UE. O período pós-2007 é ainda marcado pela generalização da dimensão urbana no âmbito da Política Regional (Pinho e Campos, 2012).

Na opinião de Pinho e Campos (2012), a necessidade de mais conhecimento e de apoio nestas matérias continuou a sentir-se neste período de programação, pelo que no âmbito do objetivo “Cooperação territorial” foi dada continuidade aos quatro programas que visam dar resposta às necessidades de aprofundamento dos conhecimentos e da cooperação em matéria de intervenção territorial e urbana (URBACT II, INTERREG IVC, ESPON e INTERACT). Assim, em 2008, a CE preparou e publicou o “Livro Verde sobre a coesão territorial”, com o qual pretendeu enquadrar e incentivar o debate em torno deste conceito e as suas implicações para as políticas comunitárias.

Assim sendo, no contexto da cooperação intergovernamental, destaca-se a produção de um conjunto de documentos: a “Carta de Leipzig” sobre cidades europeias sustentáveis (2007) que identifica princípios e estratégias comuns para o desenvolvimento urbano; a “Agenda Territorial da UE” (2007 e 2011) que estabelece um quadro de referência político comum aos Estados-Membros, identifica desafios e sistematiza os princípios a que deve obedecer o desenvolvimento territorial da UE, completada por um Programa de Ação (2007) e revista em 2011, dando origem à “Agenda Territorial 2020” que confere dimensão territorial à Estratégia UE 2020; a “Declaração de Marselha” (2008) que deu origem ao desenvolvimento de um “Quadro de Referência sobre Cidades Sustentáveis”, concebido



como ferramenta de apoio às cidades no desenvolvimento e monitorização de políticas de desenvolvimento urbano sustentável; a “Declaração de Toledo” (2010) que propõe o aprofundamento da dimensão urbana nas políticas europeias através da preparação de uma “Agenda Urbana Europeia” e sublinha o potencial da regeneração urbana como instrumento de combate à crise financeira e económica.

De acordo com os mesmos autores, em 2010, a CE apresentou o documento - “*Europa 2020*”, onde define uma visão para a Europa e estabelece três grandes prioridades: crescimento inteligente; crescimento sustentável; crescimento inclusivo. É neste contexto que surge, em 2011, o “pacote” legislativo com as propostas para a Política Regional (2014-2020), onde a generalização da dimensão urbana prossegue de forma aperfeiçoada.

Ao longo deste período, a importância da dimensão urbana para o desenvolvimento da UE e para o reforço da sua competitividade no contexto global foram amplamente reconhecidos, não tem parado de crescer desde a década de oitenta e, inclusive, tendo havido um fortalecimento da ação comunitária a partir do ano 2000.

Segundo Mateus (2012), o “Programa Horizonte 2020” na Política Urbana da UE, consiste numa continuidade na tentativa de explorar a coesão numa perspetiva de reconhecimento de ações integradas que assegurem a competitividade; o funcionamento em rede e complementaridade entre áreas urbanas (modelo policêntrico); a melhoria das acessibilidades; a segurança e a justiça; a disponibilidade de serviços à população; a atratividade económica e o estabelecimento de regiões funcionais, na tentativa de aproximar as ações das comunidades.

O autor menciona que em matéria de acessibilidades, a continuidade da aposta na mobilidade e acessibilidade por parte da Política Urbana Europeia é suportada na necessidade de garantir uma melhor e mais eficiente rede de transportes que assegure deslocações mais ecológicas e economicamente vantajosas, assegurando o acesso a bens, ao trabalho, à cultura e ao lazer, através dos transportes coletivos e dos transportes menos poluentes.

Em relação à justiça e segurança, a competitividade das cidades implica a existência de condições de segurança nas áreas urbanas, quer através de intervenções físicas (reabilitação), quer através de intervenções imateriais (prestação de serviços), contribuindo para o setor do turismo.

No que diz respeito à disponibilidade de serviços gerais à população, estes asseguram que as áreas urbanas se tornem mais competitivas e mais atrativas para a localização de pessoas e empresas, bem como a melhoria dos recursos paisagísticos, ecológicos e

culturais das comunidades urbanas, numa perspetiva de integração, valorizando-os para o benefício das comunidades, mas também para os visitantes.

Num estudo da União Europeia (2011), o ordenamento do território urbano por si só não é uma competência da política europeia. No entanto, a coesão económica, social e territorial possui uma forte dimensão urbana, uma vez que a maioria dos europeus vive ou depende das cidades. Assim, tudo tem de ser analisado num quadro político europeu mais abrangente e, é neste sentido, que a UE tem exercido um impacto crescente no desenvolvimento das cidades nas últimas décadas, nomeadamente, através da Política de Coesão.

Assim, a UE não tem uma competência política direta em matéria de desenvolvimento urbano e territorial, mas nas últimas duas décadas, reconheceu a importância crescente da componente europeia nesse aspeto, visto que existe um modelo europeu explícito que abrange, quer o desenvolvimento interno das cidades, quer o seu desenvolvimento territorial de forma integrada.

Alerta para o facto de que as políticas de âmbito nacional, regional ou municipal substituíram, em alguns casos, políticas locais centradas nos bairros desfavorecidos e incorporaram o desenvolvimento social e a regeneração urbana. Esta integração de projetos locais em políticas regionais ou nacionais pode resultar numa fragmentação e falta de entendimento comum dos objetivos e questões em causa.

Segundo o já referido estudo da União Europeia (2011), os grandes eventos desportivos ou culturais podem ter um efeito mobilizador: ajudar a criar uma identidade comum e fomentar a atratividade turística, mas também são necessárias medidas com menor visibilidade focadas nas preocupações quotidianas. É, também, essencial o envolvimento dos residentes das cidades para o sucesso de muitas políticas, em especial num contexto de crise e de possíveis conflitos entre os diferentes intervenientes.

Por fim, alude para o facto que ao longo da história, as cidades concorreram e cooperaram entre si e que a mais recente expansão das cidades, para além dos seus centros e a sua crescente conectividade com um território muito mais vasto, não só aumentaram as possibilidades de intercâmbio económico e sociocultural, como também, estimularam a concorrência. Atualmente, as cidades concorrem por investimentos internos e estrangeiros, capital humano, comércio e turistas, sendo que esta situação conduz muitas vezes a processos de competição produtivos mas, em alguns casos, pode ser prejudicial para o desenvolvimento económico e para a coesão territorial, bem como poderá levar a uma utilização não otimizada dos recursos.

De acordo com o Programa URBAN EUROPE da UE (2011), os desafios colocados aos ambientes urbanos podem ser transformados em novas oportunidades. Para isso, terão de ser apoiados por uma pesquisa sólida e multidisciplinar, através da criação de uma base de conhecimento comum para os investigadores, de forma a compreender os processos de desenvolvimento urbano para acelerar significativamente a excelência científica na pesquisa urbana. Assim, será possível fortalecer as áreas urbanas europeias, bem como criar cidades atraentes e sustentáveis.

Segundo a COM (2014), as políticas urbanas alteram-se, consideravelmente, entre os Estados-Membros e são poucos os que têm ministérios e ministros específicos para os assuntos urbanos. O modo como as cidades são governadas, a sua autonomia, capacitação e o seu envolvimento na política nacional mudam também entre os Estados-Membros. No entanto, estes cooperam em matéria de desenvolvimento urbano ao nível intergovernamental, com a Presidência do Conselho a organizar e a presidir as reuniões.

Esta cooperação intergovernamental decorre, essencialmente, em documentos adotados no decurso de reuniões ministeriais informais (a “Carta de Leipzig” e a “Declaração de Toledo”). Contudo, uma vez que não existe uma estrutura formal do Conselho dedicada à política urbana e a participação dos diferentes Estados-Membros tem variado ao longo do tempo, o impacto da cooperação intergovernamental nas políticas nacionais e da UE também não tem sido constante.

De acordo com esta Comunicação, existe um acordo formal a nível europeu sobre como deverá ser a cidade europeia do futuro e os princípios em que deve basear-se a cidade europeia ideal. Estes princípios podem ser encontrados nos objetivos do “Tratado da UE”, na “Carta dos Direitos Fundamentais da UE” e no “Modelo Social Europeu”. Os ministros responsáveis pelo desenvolvimento urbano estão, também, de acordo quanto aos objetivos e valores mais específicos das cidades, tal como se reflete na “Carta de Leipzig”, bem como a forma de atingir estes objetivos e o papel fundamental que as cidades podem desempenhar na concretização da estratégia “Europa 2020” como ficou expresso na “Declaração de Toledo”.

Prossegue mencionando que a Direção-Geral da Política Regional passou a designar-se ‘Política Regional e Urbana’ em 2012, devido ao reconhecimento da necessidade de as cidades desempenharem o seu papel no desenvolvimento económico, social e territorial da UE, assim como da forte dimensão urbana das políticas da UE, sobretudo da política regional.

Estima-se que no período financeiro de 2014-20, pelo menos 50% do FEDER - correspondente a cerca de 80-90 mil milhões de euros - sejam investidos em áreas urbanas através dos programas operacionais globais. Um mínimo de 5% das verbas nacionais do FEDER foi direcionado ao desenvolvimento urbano sustentável integrado, a fim de assegurar que esta é uma prioridade para todos os Estados-Membros. A ligação das cidades em redes e os intercâmbios entre elas continuarão a ser promovidos pela próxima geração do programa URBACT.

Todavia, o desenvolvimento urbano não é só apoiado pela política regional da UE e pelos Fundos Estruturais. Um número crescente de políticas setoriais da UE encontram-se relacionadas com as áreas urbanas, nomeadamente as políticas de turismo, uma vez que embora de carácter não urbano, dizem essencialmente respeito a áreas urbanas ou são aplicadas pelas cidades.

Para a COM (2014), a atual prática de elaboração de políticas a nível nacional e da UE, nem sempre reconhece o papel essencial que as autoridades locais podem desempenhar na realização dos objetivos políticos definidos a outros níveis de governação. A governação a vários níveis nem sempre funciona corretamente e a integração das políticas entre os vários setores e fronteiras administrativas é difícil de alcançar.

Por isso, em 2011, o Parlamento Europeu adotou uma resolução em que defendia um reforço da dimensão urbana das políticas da UE e a cooperação intergovernamental em matéria de políticas de desenvolvimento urbano, para a definição de um programa de trabalho conjunto ou para a formulação de uma agenda urbana europeia. O Parlamento Europeu sublinhou, ainda, a necessidade de um maior envolvimento das cidades nestes processos.

Em meados de 2013, um grupo de Estados-Membros liderado pelos Países Baixos e a Bélgica apresentou, no âmbito da cooperação intergovernamental em matéria de desenvolvimento urbano, uma proposta de agenda urbana que foi prosseguida pelas Presidências Lituana, Grega e Italiana do Conselho. Em finais de 2013, o Comité das Regiões deu início ao seu parecer de iniciativa intitulado “Rumo a uma agenda urbana integrada para a UE”. O parecer preconiza uma nova agenda urbana integrada para a UE, conferindo à dimensão urbana uma base estrutural nas políticas e na legislação europeias.

No início de 2014, o grupo “Eurocidades” defendeu uma agenda urbana da UE, para assegurar uma melhor coordenação política e a integração dos objetivos de desenvolvimento urbano num maior número de políticas; conseguir um melhor equilíbrio das prioridades nos programas de investigação europeus; reforçar o diálogo direto entre as

cidades e a Comissão; atribuir um papel de coordenação mais importante ao Comissário responsável pela política regional. Assim, os Ministros responsáveis pela política de coesão reuniram-se em Atenas, em Abril de 2014, para discutir uma “agenda urbana da UE”. Os Estados-Membros reconheceram a vontade e as expetativas de diversas partes interessadas, no que respeita ao desenvolvimento de uma agenda urbana da UE, bem como a sua disponibilidade para se empenharem no processo.

A Comunicação finda elucidando que a maioria das políticas da UE reveste, direta ou indiretamente, uma dimensão urbana. No entanto, existe a necessidade de melhorias e um empenho e interação reforçados entre os diferentes níveis de governação, bem como um destaque nas prioridades da política urbana nas políticas nacionais e europeias. Um acontecimento importante para a definição de uma agenda urbana da UE, será a identificação dos domínios nos quais existem falhas que têm de ser corrigidas a nível da UE.

Numa tentativa de sistematizar a informação anteriormente apresentada, Ribeiro (2012) menciona que o primeiro exemplo do reconhecimento da importância do papel das cidades no desenvolvimento da Europa foi o movimento das “Eurocidades”, que surgiu na década de oitenta, constituído pelas grandes cidades e com os objetivos de promover a cooperação e o espírito de rede entre elas e com as instituições europeias e ainda assegurar que os assuntos urbanos estavam presentes na agenda política da UE.

No entanto, apesar do reconhecimento da necessidade de desenvolver uma política urbana europeia, não existe um consenso dentro da UE nesta matéria. Ainda assim, apesar de não existir uma política vocacionada para as cidades, estas têm sido incorporadas nos programas e nos fundos comunitários, tornando-se um dos seus eixos fundamentais.

De acordo com esta autora, o quadro 2 tenta sintetizar as principais iniciativas da UE nas últimas décadas neste âmbito. Porém, importa salientar o facto da linha cronológica do quadro apenas se iniciar na década de noventa, uma vez que antes disso as políticas e/ou iniciativas comunitárias não abordavam diretamente as questões das cidades. Somente na década de noventa, é que surgem as primeiras referências sobre o papel das cidades no desenvolvimento do projeto europeu e da necessidade de se intervir sobre elas. Em 1991, surge uma proposta para alterar o “Tratado Europeu” de forma a dar à Comissão a competência formal em matéria de políticas urbanas, mas foi rejeitada pelos seus membros. Depois deste acontecimento, a política urbana europeia desenvolveu-se principalmente através dos instrumentos da Política Regional.

**Quadro 2** – Evolução das Políticas Urbanas na União Europeia 1990 - 2011  
(Fonte: Ribeiro, 2012, p. 20)

ANO	NOME	TIPO INICIATIVA	CONTEÚDO/ OBJETIVOS
1990	Livro Verde sobre o Ambiente Urbano	Comunicação	-Diagnóstico dos problemas ambientais das cidades; -Identificação das causas; -Propostas de orientações políticas.
1991/ 1993	Cidades Europeias Sustentáveis	Projeto	-Criação do Grupo de Peritos em 1991 e lançamento em 1993; -Como resultado surge o Relatório Cidades Europeias Sustentáveis – importância de incorporar os objetivos de desenvolvimento sustentável no planeamento e gestão;
1990- 1993	Projetos Urbanos Piloto	Programa / Projeto	-Definido no art. 10º do FEDER; -1ª Fase: tentativa de dar uma dimensão urbana à Política Regional; -33 Projetos em 11 Estados membros; -Visa apoiar projetos inovadores de regeneração de planeamento urbano; -Direcionado a problemas como privação social e económica, degradação de centros históricos; incipiente planeamento do uso do solo; abandono das áreas industriais, etc.
1992- 2000	5º Programa de Ação em Matéria de Ambiente - Para um desenvolvimento sustentável	Programa	-Agregação de políticas, projetos e leis num programa local; -Objetivo de alcançar o desenvolvimento sustentável; -Partilha de responsabilidade através da participação de diferentes agentes.
1994- 1999	URBAN I	Iniciativa	-Concretizar algumas das metas do 5º programa; -Objetivo de resolver os problemas de regeneração urbana e coesão; -Alvo: requalificação das áreas urbanas periféricas com problemas de pobreza, exclusão, isolamento, etc.
1994	Carta das Cidades Europeias para a Sustentabilidade	Carta Principios	- Fruto da 1ª Conferência sobre Cidades Sustentáveis; -Atribui às cidades a responsabilidade e autonomia para atingir as metas do desenvolvimento sustentável.
1996	Da Carta à Ação.	Programa	-Resultado da 2ª Conferência sobre Cidades Sustentáveis; -Concretização dos princípios definidos na Carta de Aalborg, ou seja, a realização do processo da Agenda 21 Local; -Capacitação do poder local para alcançar a sustentabilidade das cidades.
1997- 1999	Projetos Urbanos Piloto (UPP)	Programa/Projeto	- 2ª fase, direcionada aos problemas de congestionamento de trânsito, degradação de edifícios e declínio económico; - Cobertura de 26 novos projetos de 14 Estados membros.

Para Ribeiro (2012), através da análise do quadro 2 sobre a evolução das iniciativas e políticas desde a década de noventa é possível concluir que:

- Os diferentes tipos de iniciativas constituem indicações e estratégias, mas sem assumirem um teor vinculativo;
- Reconhece-se a necessidade de conformidade no que refere à política urbana, mas as situações são desiguais na Europa. A realidade territorial e as discordâncias políticas existentes entre atores impedem a constituição formal de uma política urbana comum;
- Os “Projetos Urbanos Pilotos” são a primeira tentativa da CE para ter uma política urbana clara;
- As questões ambientais assumem um papel predominante nas políticas europeias;
- Alargamento da sua atuação quanto aos seus objetivos, através da integração dos pilares do desenvolvimento sustentável;

- Inicialmente os programas tentavam dar respostas aos grandes problemas, mas à medida de que foram sendo dadas soluções ou orientações para estes problemas, os objetivos foram focando-se em problemas mais concretos;
- A “Carta das Cidades Europeias para a Sustentabilidade” de 1994, assume um caráter inovador ao salientar a capacidade das cidades para resolverem os seus problemas e promoverem um desenvolvimento sustentável;
- Em 1999, o EDEC apresenta a visão comunitária para as questões territoriais, com particular destaque à importância dada um sistema policêntrico e equilibrado e uma nova relação cidade-campo;
- As cidades conseguem o seu lugar oficial na Política Regional, através da Iniciativa Urban, Urban Audit e sobretudo pela delineação do objetivo 1 e 2 dos Fundos Estruturais que são dirigidos, diretamente ou indiretamente, às cidades;
- A “Carta de Leipzig” (2007) constitui um marco nas políticas urbanas da Europa, sendo que o “Acordo de Bristol” e a “Carta Urbana” alertam para outro conceito importante na gestão das cidades - a qualidade de vida urbana. A “Declaração de Toledo” destaca a importância das estratégias de regeneração urbana.

Em última análise, é possível concluir que a política urbana da UE ganhou um novo impulso a partir da década de 90, ainda que se tenham definido diretrizes desde meados de 1973. A definição das políticas urbanas é concebida aos Estados-Membros e estes devem adapta-las às suas diferentes realidades e características urbanas, para o desenvolvimento coerente das cidades, pois as regras definidas pela UE são apenas gerais, permitindo o princípio da subsidiariedade.

Por fim, apresenta-se de seguida o Quadro 3 que procura realmente sistematizar os principais acontecimentos e iniciativas da UE nas últimas décadas, no âmbito das políticas de cidades (já identificadas anteriormente ao longo de todo o texto):

**Quadro 3 – Evolução das políticas europeias para a cidade 1973 - 2014**

Ano	Acontecimentos e Iniciativas
1973	Dedicação de um capítulo ao urbanismo e ordenamento do território no Plano de Ação Ambiental da UE.
1980	A UE e o Conselho Europeu, refletem sobre as questões urbanas e na necessidade de tornar os espaços urbanos mais competitivos e socialmente mais integradores.
1990	“Livro Verde sobre o Ambiente Urbano”.
1990	“Programa-Piloto URBAN”.
1991-1993	“Cidades Europeias Sustentáveis”.
1991-1995	“Regiões e Cidades da Europa”.
1992-2000	Quinto Programa de Ação em Matéria de Ambiente.
1994-1999	Iniciativa URBAN I.
1994	“Carta das Cidades Europeias para a Sustentabilidade”.
1996	Segunda Conferência sobre Cidades Sustentáveis.
1996	“Da Carta à Acção”.
1997-2000	Programas TERRA e INTERREG IIC.
1997	Projeto-piloto Urban Audit.
1998	A CE apresentou a seguinte Comunicação - <i>“Desenvolvimento Urbano Sustentável: um Quadro de Acção”</i> .
1999	“Esquema de Desenvolvimento do Espaço Comunitário” (EDEC).
2000	Terceira Conferência sobre Cidades Sustentáveis.
2000	“Declaração de Hannover”.
2000	“Programa de Lille”.
2000	A Estratégia de Lisboa, veio incluir a coesão territorial como um elemento decisivo para a política europeia.
2000-2006	Iniciativa URBAN II.
2000-2006	Programas INTERREG IIIC e INTERACT.
2001	A UE realizou a primeira auditoria urbana.
2001	A CE apresentou a seguinte comunicação - <i>“Desenvolvimento Sustentável na Europa para um mundo melhor: Estratégia da União Europeia em favor do desenvolvimento sustentável”</i> .
2001	“Sexto Programa de Acção em Matéria de Ambiente”.
2002-2006	Programa URBACT.
2002	“Carta de Copenhaga”.
2004	Quarta Conferência sobre Cidades Sustentáveis.
2004	“Os Compromissos de Aalborg”.
2004	A CE apresentou a seguinte comunicação - <i>“Para uma estratégia temática sobre Ambiente Urbano”</i> .
2004	Programa “Urban Aquis”.
2005	“Acordo de Bristol”.



<b>2006</b>	A CE apresentou a seguinte comunicação - “ <i>A política de coesão e as cidades: contribuição das cidades e das aglomerações para o crescimento e o emprego nas regiões</i> ”.
<b>2007-2013</b>	Programa URBACT.
<b>2007-2013</b>	Programa ESPON.
<b>2007</b>	Quinta Conferência Europeia de Cidades e Vilas Sustentáveis.
<b>2007</b>	“Carta de Leipzig”.
<b>2007</b>	“Agenda Territorial Europeia”.
<b>2007</b>	“Tratado de Lisboa”.
<b>2007</b>	Generalização da dimensão urbana no âmbito da Política Regional.
<b>2008</b>	“Livro Verde sobre a coesão territorial”.
<b>2008</b>	“Declaração de Marselha”.
<b>2008</b>	“Quadro de Referência sobre Cidades Sustentáveis”.
<b>2010</b>	“Declaração de Toledo”.
<b>2010</b>	A CE apresentou o documento - “ <i>Europa 2020</i> ”.
<b>2011</b>	“Agenda Territorial 2020”.
<b>2012</b>	A Direção-Geral da Política Regional passou a designar-se ‘Política Regional e Urbana’.
<b>2013</b>	Um grupo de Estados-Membros apresentou uma proposta de agenda urbana.
<b>2013</b>	O Comité das Regiões deu início ao seu parecer de iniciativa intitulado “Rumo a uma agenda urbana integrada para a UE”.
<b>2014</b>	A CE apresentou a seguinte comunicação - “ <i>A Dimensão Urbana das Políticas da UE - Principais Características de uma Agenda Urbana da UE</i> ”.
<b>2014</b>	O grupo “Eurocidades” defendeu uma agenda urbana da EU.
<b>2014</b>	Os Ministros responsáveis pela política de coesão reuniram-se em Atenas para discutir uma “agenda urbana da UE”.

### 2.3. Turismo urbano: valorizar a cidade promovendo o turismo

Segundo o Grupo de Peritos sobre o Ambiente Urbano (1998, p. 13), o património cultural é a identidade cultural de uma cidade, bem como dos seus habitantes e encontra-se representado em espaços muito distintos, nomeadamente em centros históricos, “novo centro” e periferia e, por conseguinte, assume formas muito diversas. “A cidade é em si mesma objeto cultural, um conjunto de lugares com valores culturais e modos de vida diferentes”.

Neste sentido, as atividades de turismo e lazer podem ter impactes consideráveis na qualidade do património cultural de uma cidade, uma vez que a cidade histórica ou com uma arquitetura peculiar atrai os turistas, o que tem efeitos económicos e sociais positivos. Mas, são também notórias as consequências negativas, incluindo a perda de atividades

tradicionais; as alterações dos preços das propriedades e dos terrenos; a migração da população; a invasão do espaço habitado; a perda de privacidade; tensão, insegurança e crime; perda de identidade cultural.

Posto isto, a criação de novos enquadramentos para as abordagens sustentáveis do património cultural, lazer e turismo urbanos necessitava da inclusão de princípios básicos como parte integrante do processo de planeamento do território, isto é, o planeamento do turismo, do lazer e do património cultural deveria ser incluído em orientações nacionais e políticas regionais. Defendia-se ainda que a atividade económica nos setores do turismo e lazer deveria contribuir para a proteção, manutenção e valorização do ambiente urbano, sendo preciso desenvolver novos modelos de forma a combinar as atividades económicas com as dimensões social e cultural.

Neste seguimento referem que as recomendações para o poder local na criação de estruturas para a gestão sustentável do património cultural, lazer e turismo urbanos devem:

- Desenvolver planos de ação para promover a conservação do património cultural e ambiente urbano;
- Evitar a concentração excessiva de atividades nos centros históricos;
- Promover políticas que mantenham o equilíbrio do ecossistema entre os elementos humanos e as condições do ambiente local;
- Manter relações de harmonia entre o aglomerado urbano e as áreas periféricas, protegendo e melhorando a qualidade do ambiente destas;
- Formular planos de ação como parte dos sistemas de planeamento regional, sendo que essas orientações deverão considerar o alargamento e a diversificação das oportunidades turísticas;
- Considerar a adoção de um programa ecológico para compensar as cidades onde a relação entre turismo e lazer, património cultural e qualidade de vida tenha atingido um nível equilibrado;
- Promover estruturas de planeamento capazes de: demonstrar que as políticas culturais e ambientais, são uma parte razoável e operacional do planeamento a longo prazo; flexibilidade e adaptação aos novos requisitos de turismo; garantir a conservação do património cultural europeu; criar um programa de turismo que inclua todos os interesses e evite efeitos negativos; fomentar, manter e respeitar o ambiente criado pela arquitetura da região e pelas características urbanas

tradicionais; estabelecer uma relação equilibrada entre os aspetos culturais, humanos e físicos, os padrões de construção, o clima e os recursos;

- Desenvolver planos de ação para proteger a qualidade do património cultural urbano dos impactes negativos;
- Promover sistemas de trânsito que visem determinar diferentes horários para que a mesma infraestrutura possa ser utilizada por habitantes e turistas; aumentar as áreas reservadas a peões, reduzindo o predomínio do automóvel; promover o uso dos transportes públicos e inserir novos meios de transporte;
- As entidades locais deveriam, em conjunto com a UE, os Estados-Membros e as instituições regionais, produzir indicadores de sustentabilidade para o ambiente do património cultural e criar gabinetes locais de controlo para analisar e regular os fluxos turísticos e respetivos impactes.

A importância do turismo e da cultura para a regeneração urbana tem desempenhado um papel essencial na definição das políticas para as cidades desde os anos 80. Durante muito tempo acreditou-se que este tipo de políticas apenas se adequava às grandes cidades, pois muitos dos modelos teóricos existentes sobre economia urbana e, principalmente, sobre economia da cultura e do turismo, centravam-se nas grandes cidades. Todavia, tem vindo a comprovar-se que as cidades de menor dimensão recorrendo às estratégias adequadas, às suas realidades específicas e às suas características - têm conseguido alcançar objetivos notáveis no quadro destas políticas.

Segundo a COM (2000) - *“Para um turismo urbano de qualidade”* - desde o início dos anos 80, tem existido um maior interesse e um crescimento considerável do turismo urbano, beneficiando de um conjunto de vários fatores, nomeadamente: o movimento de revalorização e reabilitação dos centros históricos das cidades; o alargamento e a diversificação das práticas culturais; o interesse dos consumidores pelo património e o urbanismo; a procura de animação e de oportunidades para fazerem compras. As férias repartidas, a criação do Mercado Único e o aumento da mobilidade são, também, fatores favoráveis ao desenvolvimento do turismo urbano europeu.

De acordo com esta Comunicação, o turismo surge como um eixo estratégico de uma política de ordenamento urbano que, inevitavelmente, tem de proporcionar uma oferta competitiva de forma a satisfazer as expectativas dos visitantes e ao mesmo tempo contribuir para o desenvolvimento da cidade e para o bem-estar dos seus habitantes. Para isso, conta com a Gestão Integrada de Qualidade (GIQ), garantindo o desenvolvimento

económico, mas também, o desenvolvimento urbano, oferecendo uma experiência única ao visitante, sem descuidar a legítima aspiração da população que pretende um desenvolvimento económico e social harmonioso e respeitador do ambiente.

Mais adianta que, na verdade, não existe “receita” para realizar com sucesso um projeto de qualidade para um destino turístico urbano, mas existem algumas condições básicas que aumentam as probabilidades de uma melhoria sustentável. No turismo, e especialmente, quando se trata de cidades, este processo implica uma política de gestão integrada, ou seja, todos os agentes têm de participar, em simultâneo, não só na oferta turística de base, mas nos serviços complementares que constituem um importante suporte da experiência global.

Para a COM (2000, p. 8), “a escolha dos objetivos depende de fatores ligados ao contexto, ao posicionamento e às orientações da política de desenvolvimento turístico”. No entanto, os objetivos deveriam ser definidos em coerência com a política de desenvolvimento urbano. Ainda assim, cada destino urbano escolhe as suas próprias prioridades para a implementação do seu plano de GIQ e podem ser diversas as ações, frequentemente da iniciativa de entidades oficiais, nas seguintes áreas:

- Ambiente e desenvolvimento sustentável - As políticas de desenvolvimento turístico, deveriam inserir-se de forma coerente numa política geral de proteção e gestão do ambiente, nomeadamente, a integração nos planos urbanísticos, desenvolvimento de infraestruturas turísticas e de programas de reabilitação do parque habitacional dos centros urbanos, entre outros.
- Acessibilidade e mobilidade - Os fluxos turísticos urbanos com recurso à utilização de meios de transporte individuais, aumentam os problemas de circulação e de poluição nas cidades. Por isso, é importante: o desenvolvimento de transportes públicos intermodais, eficazes e a preços competitivos; a venda de produtos e serviços específicos que incentivem os turistas e os residentes a privilegiarem a utilização de transportes públicos; a criação de parques de estacionamento e de áreas de acesso e circulação restritos.
- Segurança - A melhoria da segurança de um destino, contribui para a sua imagem e o seu poder de atração turística, sendo fundamental reforçar a mesma, através de ações preventivas, da criação de um serviço de apoio às vítimas e da formação da polícia local para o acolhimento de turistas e o atendimento rápido das suas queixas.

É ainda referido que os destinos urbanos prestam apoio aos agentes do turismo através de um conjunto de serviços, nomeadamente: na comunicação interna e animação; na promoção e comunicação externa; nas novas tecnologias da informação e da comunicação; na formação. Todavia, uma intervenção de GIQ deve prestar uma atenção permanente às necessidades dos turistas, antes de estes partirem, ao longo de toda a viagem e estadia, e após o seu regresso:

- Informação e acolhimento – É importante existir informação permanentemente acessível, por meio das novas tecnologias e através dos agentes do destino. Em relação à qualidade do acolhimento dos visitantes deveria ser perceptível em todos os pontos estratégicos do destino, traduzindo-se na amabilidade, disponibilidade e competência dos profissionais de turismo, bem como ser fortalecida pela participação ativa da população local.
- Alojamento e restauração – Existência de uma classificação nacional ou local, de rótulos de qualidade e de códigos de conduta; valorização do património culinário do destino; formação específica em acolhimento do pessoal dos setores de alojamento e restauração; realização de adaptações para as necessidades específicas de pessoas com deficiência.
- Atrações, eventos e produtos combinados – A diversidade dos recursos, as atrações e eventos de um destino urbano, determinam a atratividade da cidade, assim como o nível e a qualidade dos efeitos positivos produzidos pelo turismo, o que implica um planeamento integrado e diversificado.

Para finalizar, outro aspeto essencial que a Comunicação refere é a importância da criação de vários tipos de indicadores, a recolha de informação e de dados quantitativos, efetuados antes, durante e depois da visita e/ou estadia do visitante, de forma a integrar os dados recolhidos nas políticas e estratégias para o melhorar a qualidade do turismo urbano.

Segundo Rátz (2004), o turismo é um setor que pode complementar a oferta disponível nas áreas urbanas. Todavia, as cidades também podem oferecer aos visitantes uma série de experiências de turismo. Aliás, muitos países utilizaram o turismo para auxiliar o desenvolvimento urbano, nomeadamente em regiões pouco desenvolvidas para conter o despovoamento, criar empregos e modernizar infraestruturas. Na verdade, o planeamento para o turismo à escala regional é importante para identificar áreas de oportunidades para o turismo, formular políticas específicas e desenvolver medidas que promovem a integração do turismo nas metas regionais.

A autora indica que para tornar o turismo como um “todo” competitivo, é essencial a participação dos vários intervenientes e o estabelecimento de redes para desenvolver competências. Se existir cooperação a nível regional, com as autoridades locais e o setor do turismo, é possível promover em conjunto os ativos e produtos das áreas urbanas a longo prazo e de modo sustentável.

Ferreira (2013) apontou duas razões que levaram à valorização da relação entre o turismo e a regeneração do ambiente urbano: a primeira resulta das dificuldades sentidas por muitas cidades dos países mais desenvolvidos, criadas pela desindustrialização, com consequente perda de empregos e abandono de instalações fabris, situação que exigiu dos autarcas respostas rápidas para criar postos de trabalho noutros setores e reutilizar as áreas e edifícios vagos. A segunda razão sucedia do facto de o turismo ser visto, a nível mundial, como uma das poucas atividades em crescimento.

Para a mesma autora, o turismo e a cultura têm vindo a desempenhar um papel muito importante na regeneração urbana. No entanto, inicialmente, ainda que se tivesse disseminado a ideia de que o turismo era um alicerce relevante para a regeneração dos centros históricos, os estudos desenvolvidos não expressavam uma visão integrada do turismo e o ambiente urbano. Enquanto os académicos que se dedicavam à pesquisa na área do turismo descuravam o contexto urbano em que ocorre a experiência turística, os especialistas em estudos urbanos e os técnicos davam pouca atenção à função turística, devido ao seu carácter “invisível” na integração no cenário urbano. Por estes motivos, era imprescindível o desenvolvimento de uma abordagem completa em que os aspetos distintos do turismo fossem incluídos numa visão global da cidade.

Em suma, para o sucesso na aplicação das políticas em matéria de turismo urbano é necessário uma intervenção eficaz a todos os níveis de governação, assim como uma abordagem às próprias populações, que na verdade, vivem a sua realidade diariamente.

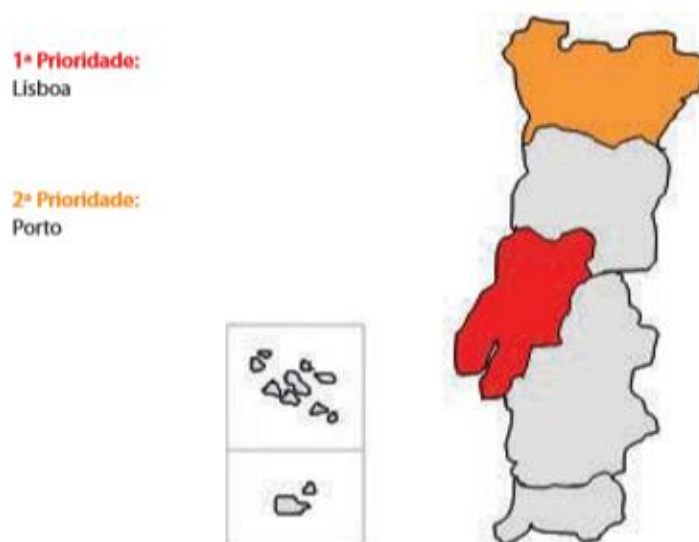
### **3. O turismo na cidade de Lisboa**

Neste ponto da dissertação, será feita uma recolha do conhecimento existente, sobre a realidade em estudo, focando precisamente na área de interesse que corresponde à cidade de Lisboa. O objetivo é captar a essência do fenómeno representado, sintetizando os aspetos mais importantes absorvidos dum conjunto variado de autores. Esta parte do projeto de investigação, reflete uma fase analítica de conhecimento e de fundamentação, onde o saber dos autores é complementada com outros documentos de natureza diversa, mas de importância para o tema, de forma a caracterizar a cidade de Lisboa como destino turístico.

#### **3.1. A atratividade turística de Lisboa: breve contextualização**

Segundo o estudo de THR (2006), o principal destino em Portugal é Lisboa (que de resto, é possível confirmar ao observar a Fig.3), devido a inúmeros fatores, tais como: boa acessibilidade; um conjunto mínimo de atrações turísticas com capacidade para atrair visitantes; boas condições de mobilidade e transporte; uma oferta de alojamento adequada, quantitativa e qualitativamente; níveis básicos de segurança.

O estudo prossegue referindo um conjunto de atrações mais relevantes em Lisboa, destacando as relacionadas com a arquitetura Manuelina e os Descobrimentos, a Fundação Calouste Gulbenkian e o Centro Cultural de Belém, os Museus Nacionais dos Coches, de Arte Antiga e do Azulejo, os Bairros Históricos, nomeadamente Alfama, Castelo, Baixa-Chiado e Bairro Alto, o Parque das Nações, o Castelo de São Jorge, a gastronomia portuguesa, rica e variada, e a diversidade de vinhos de qualidade reconhecidos internacionalmente. São igualmente fatores complementares de atração, um calendário de eventos de animação concentrado, sobretudo nos meses de Verão (ex. festas populares), bem como inúmeros festivais de música, dança, teatro e cinema. No entanto, estes eventos culturais não têm projeção internacional com capacidade para gerar fluxos turísticos. Ainda que atualmente, já existam alguns festivais de música que atraem visitantes (ex: NOS Alive).



**Figura 3** – A prioridade de desenvolvimento do turismo de *city breaks* em Portugal (Fonte: THR, 2006, p. 54)

De acordo com THR (2006), nos bairros históricos de Lisboa é frequente encontrar exemplos do património arquitetónico da cidade – praças, estátuas, casas antigas, igrejas – de grande atratividade, mas que apresentam mau estado de conservação, existindo, igualmente, certas debilidades no grau de sofisticação do serviço nos museus e monumentos. Em relação às acessibilidades, estas são boas (aeroporto e linhas férreas internacionais). Contudo, menciona que seria necessário incentivar o aumento de voos *low-cost* para aumentar a atratividade do destino.

Ainda assim e para o mesmo estudo, Lisboa representava cerca de 20% da oferta hoteleira do país. É importante que o crescimento da oferta e da capacidade hoteleira dos destinos *city breaks* assente na modernidade, variedade e na boa relação qualidade/preço, é parte da estratégia na oferta turística de receção e de fixação da procura. No que se refere à qualidade dos serviços, destacam-se as seguintes iniciativas: Lisboa serviço "Táxi voucher", "Lisboa Card" (cartão que permite entrada gratuita e descontos em diversas atrações culturais da cidade, combinando o acesso aos meios de transporte públicos, por um preço variável, com base no tempo da estadia) e Lisboa "Restaurant Card". Dispõem, ainda, de uma ampla variedade de produtos turísticos atrativos. Porém, observa-se um baixo grau de sofisticação dos serviços disponíveis para o turista.

Conforme o estudo realizado por THR (2006, p. 32) indica, os turistas que efetuam as viagens *city breaks* a Lisboa, são originários da Alemanha, Benelux, Espanha, França, Itália e Reino Unido (1ª linha), Polónia, Escandinávia e Rússia (2ª linha). Afirma ainda que, Lisboa conta com “recursos e atrativos de base suficientes, em quantidade e qualidade,



para competir com certas garantias de êxito no mercado das viagens de *city breaks*, desde que melhore ou corrija substancialmente algumas deficiências ou carências competitivas relacionadas com os requisitos ou fatores chave de êxito.”

Para Barreira (2010, p. 32), alguns dos locais mais visitados em Lisboa, são o Bairro de Alfama e Bairro Alto (considerados os recantos dos turistas), o Mosteiro dos Jerónimos (com a sua arquitetura representativa), monumentos, ruas, praças, museus, centros culturais, igrejas, jardim zoológico, centros comerciais e as imagens associadas a Lisboa, sendo elas as marchas populares e o Fado. Relativamente aos aspetos considerados típicos da configuração urbana de Lisboa, a autora indica o relevo, que surpreendentemente se apresenta como um aspeto positivo e uma particularidade da cidade que lhe atribui caráter e personalidade e não como um condicionante.

A mesma alude à culinária ou gastronomia representativa de Lisboa, sendo ela a confeitaria de Belém e observação da feitura dos pastéis típicos, que inclusive são fortemente mencionados em todos os *sites* e guias turísticas da atualidade. Denota, ainda, que Lisboa possui o “centro histórico mais antigo e mais rico da Europa, preservando monumentos de quase todos os séculos” e divulga que os turistas tendem a procurar na cidade visitada experiências não vividas na sua cidade constituindo, assim, parte das perspetivas mais comuns dos turistas atraídos pela ideia da diferença. Não esquecendo que as práticas de turismo são acompanhadas de investimentos materiais e simbólicos, para alguns designados como indústria e, nesse sentido, é preciso “vender a imagem da cidade”, o que implica custos, investimentos e profissionais.

Barreira (2010) refere alguns adjetivos relativos à cidade de Lisboa, sendo eles:

- Ambiente - espaçosa, pitoresca, iluminada, acolhedora, imponente e magnífica.
- Humor - alegre, popular, ruidosa, sensível e relaxante.
- Estética - histórica, bela, patrimonial, monumental e pitoresca.
- Expectativa - férias, descanso, passeio e rememoração.
- Nomeações - cidade do sol, das colinas, das ruas, do fado e dos cafés antigos.

Ainda indica que os visitantes ocasionais e os que costumam passar férias em Lisboa são estudantes que fazem intercâmbio académico através do programa Erasmus (permanecendo na cidade por um período de mais ou menos 6 meses). A autora registou, também, visitantes cujas famílias moravam ou moram em Lisboa e turistas sem qualquer

vínculo familiar ou de amizade com os moradores que visitam a cidade com outras expectativas e propósitos.

No que diz respeito à comparação de Lisboa com outras cidades da Europa, revela um conjunto de opiniões bastante positivas de turistas estrangeiros, que consideram a cidade mais tranquila que outras metrópoles, com um enorme caráter, menor e mais calma, com um bom clima, mais luminosa, pitoresca, romântica, alegremente acidentada e com enormes contrastes, o seja, a singularidade emerge como atrativo principal.

Na perspetiva de Barreira (2010), relativamente aos impulsionadores que colocaram Lisboa na listagem das capitais turísticas europeias, destaca-se a Presidência da UE (1992), a Capital Europeia da Cultura (1994) e a EXPO (1998), que contribuíram para a crescente visibilidade da cidade. A decisão de transformar Lisboa em capital cultural da Europa promoveu novas formas de infraestrutura e embelezamento, sendo construídos, nesse contexto, o Centro Cultural de Belém e os projetos de saneamento urbano nos bairros de Alfama, Madre Deus e Mouraria. O projeto denominado “A Sétima Colina” propôs-se a valorizar 35 prédios históricos no trajeto que liga Cais do Sodré ao Largo do Rato, construídos à época da “Lisboa Romântica”, na passagem do século XIX para o século XX. Ressalta-se, nessa altura, a proposta de “reanimar e reavivar” o Bairro Alto, considerado em situação de decadência.

Na verdade e para Daniel (2010), o que se perspetiva é que o turista está cada vez mais informado sobre os destinos turísticos e é cada vez mais exigente. Por isso, a oferta tem que se adaptar às necessidades dos visitantes com origens muito diferenciadas e à intensificação da concorrência, obrigando os destinos a reforçarem o seu caráter distinto e único, quer para conquistar mercados externos, quer para a procura interna.

Segundo Azevedo (2011), os turistas que realizam as viagens *city breaks* a Lisboa são originários de Espanha, Alemanha, França, Itália, Reino Unido, Polónia, Escandinávia e Rússia. O perfil dos consumidores europeus é constituído essencialmente por elementos com mais de 25 anos - bom nível socioeconómico - e por jovens entre os 20 e os 30 anos - bom nível de educação, informam-se através da recomendação de amigos e familiares, da Internet e de guias turísticos. Compram pacotes ou serviços individualizados, na internet e nas agências de viagem. Quando viajam em companhias aéreas *low-cost* a reserva é de última hora e pode atingir entre 3 a 6 meses para companhias tradicionais. Ficam alojados em hotéis de 3 e 5 estrelas, viajam de avião e deslocam-se de metro e de autocarro no destino. Em termos de hábitos de comportamento, apreciam a gastronomia, o ambiente da

cidade, visitam sítios de interesse histórico-cultural, museus e realizam atividades ligadas a centros comerciais.

O mesmo autor reforça que existem muitos recursos e atrações de caráter histórico, cultural e monumental nas cidades portuguesas que sofrem de abandono e de cuidados de manutenção, não estando aproveitados como elementos de atração turística, necessitando de intervenções de valorização e conservação.

Já para Anjos (2013), Lisboa demonstra ser um forte destino de *city breaks*, com capacidade de desenvolver uma oferta local inovadora, em função das diferentes motivações da procura, concedendo-lhe a 67ª posição no *ranking* mundial desta categoria, com 940 milhões de chegadas internacionais em 2010 (segundo dados da Euromonitor International), sendo considerada a única cidade na Europa que concentra uma oferta turística tão variada num espaço geográfico de pequena dimensão.

A mesma autora menciona que, atualmente parte da evolução da oferta assenta, sobretudo na questão das acessibilidades, pois permite expandir a procura turística aos diversos mercados emissores, devido a facilidade das ligações aéreas às principais cidades do centro e norte da Europa, juntamente com a redução dos custos de transporte, contribuindo de forma decisiva para a afirmação de Lisboa. Assim sendo, os esforços incidem na captação e desenvolvimento das companhias *low-cost*, garantindo uma adequada localização e operacionalidade das infraestruturas aeroportuárias, de modo a criar uma situação concorrencial mais favorável.

Segundo Anjos (2013), numa análise comparativa da oferta e procura turística das cidades europeias no produto *city breaks*, é possível identificar as cidades de Amesterdão e Barcelona como destinos cujo posicionamento é comparável a Lisboa, sendo que a seleção das cidades foi baseada na combinação dos seguintes fatores: dimensão geográfica do destino em termos de número de habitantes, importância e atratividade dos produtos culturais e turísticos; procura. Comparando o posicionamento das cidades consideradas, em termos de procura turística, ambas competem pelos mesmos mercados emissores europeus: Espanha (exceto no caso de Barcelona), Alemanha, Itália, França e Reino Unido.

A autora menciona que outros fatores como clima e segurança representam, igualmente, elementos de diferenciação da oferta do destino Lisboa face à concorrência, uma vez que as características climáticas do país, do qual a capital não é exceção, são das mais amenas e equilibradas da Europa, pelo que proporcionam condições de vivência do espaço exterior de grande qualidade e atratividade, tanto durante o dia como de noite, seja no Verão ou no Inverno. No diz que respeito à componente de segurança e criminalidade, a cidade oferece

um conjunto de condições que têm permitido manter relativamente controlados os fenómenos de exclusão social, de grande violência e de insegurança, fator bastante valorizado por parte da procura.

O planeamento e a dinamização dos bairros históricos, tendo em consideração a sua potencialidade e capacidade de carga, são também destaque das boas práticas da oferta, tal como, a comercialização integrada dos atrativos turísticos, entre eles os museus, os monumentos, os restaurantes, as lojas e as galerias de arte, através de cartões diários com descontos ou permitindo o livre acesso.

No mesmo sentido, Anjos (2013) refere a importância da adequada sinalização turística, a reestruturação dos postos de informação turística e a implementação de eventos promocionais e de animação, capazes de dinamizar diferentes áreas dos destinos, potencializando a redução da sazonalidade, através do lançamento de novos eventos ao longo de todo o ano e do reforço da capacidade de captar eventos de ‘*Meetings Industry*’. Alude, também, para a necessidade de integração e inovação da oferta de museus e monumentos históricos e, por fim, da sofisticação das três áreas de relação com o Rio Tejo que constituem grandes pólos de atração e de dinamização da cidade – Alcântara, Belém, Baixa, Alfama e Parque das Nações.

Em última análise, relembra que depois de receber a Exposição Mundial de 1998, Lisboa iniciou um processo de modernização levando ao substancial melhoramento das infraestruturas turísticas, da oferta e da imagem internacional da cidade. Estas mudanças, juntamente com a criação de parcerias público-privadas para promover a cidade, proporcionaram o desenvolvimento do segmento de lazer, particularmente os *city breaks*.

No fundo, é o conjunto de todos os fatores e iniciativas anteriormente apresentadas e representadas na figura abaixo (Fig.4), que torna possível apresentar Lisboa como um destino turístico de qualidade capaz de atrair e agradar uma multiplicidade de turistas.



**Figura 4** – Principais tendências ao longo do ciclo do turista (Fonte: TLX, 2010, p. 15)

Para finalizar, é possível concluir que a melhoria da experiência local do produto de *city breaks* em Lisboa passa pela eficaz adaptação da oferta à procura, assente em aspetos como investimentos na qualidade urbana e de serviços; parcerias entre o setor público e privado; desenvolvimento de atrações diferenciadas tendo em vista a maximização de todo o seu património e oferta turística; promoção da imagem e marca da cidade devidamente adaptada às características do consumidor; necessidade de reforço de voos *low-cost*, dada a evidente disparidade face aos destinos concorrentes a este nível; regeneração e inovação do setor numa escala global, reforçando assim a modernidade, autenticidade e experiência do destino.

Em suma, os estudos mais recentes acabam por confirmar e completar o estudo realizado em 2006 pela THR. Lisboa é o principal destino turístico de Portugal, pois possui inúmeras atrações turísticas e um conjunto de características e qualidades que proporcionam experiências inigualáveis a qualquer visitante. Todavia, apesar de uma cidade poder ser detentor de fortes potencialidades por si só não é suficiente, nem garante o seu sucesso se não existirem investimentos e manutenção desses mesmos recursos.

### 3.2. Caracterização da cidade de Lisboa como destino turístico

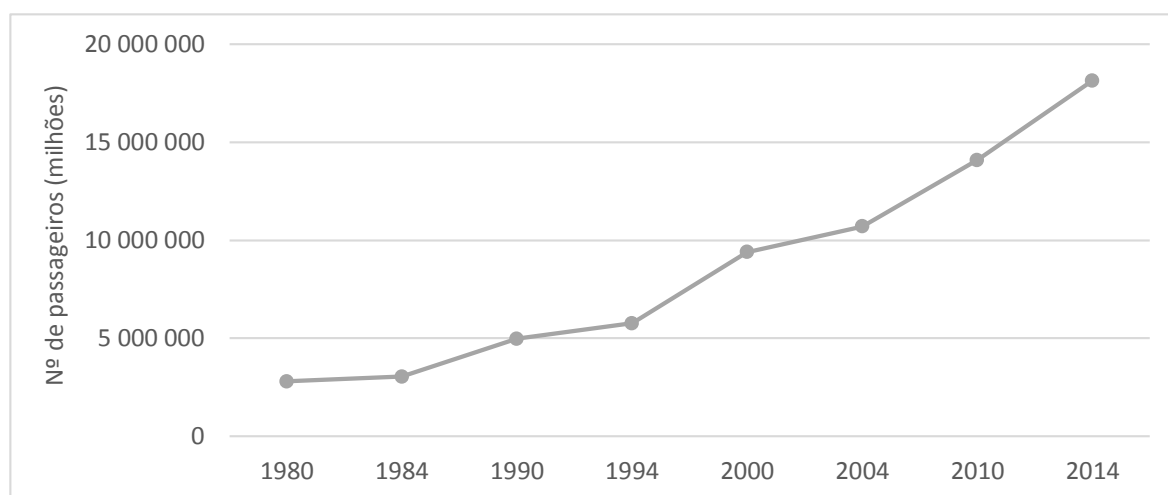
#### 3.2.1. A Lisboa turística em números

A caracterização da cidade de Lisboa como destino turístico irá ser feita com base nos dados estatísticos, facultados pela Associação do Turismo de Lisboa (ATL) e inquéritos mais recentes, disponibilizados pelo Observatório do Turismo de Lisboa, nomeadamente o

‘Inquérito às actividades dos turistas e informação’, o ‘Inquérito de satisfação e imagem’ e o ‘Inquérito motivacional’ de 2013. A partir destes dados e documentos estatísticos, foi possível conceber a análise que se apresentará de seguida.

### *Uma pequena história em grandes números*

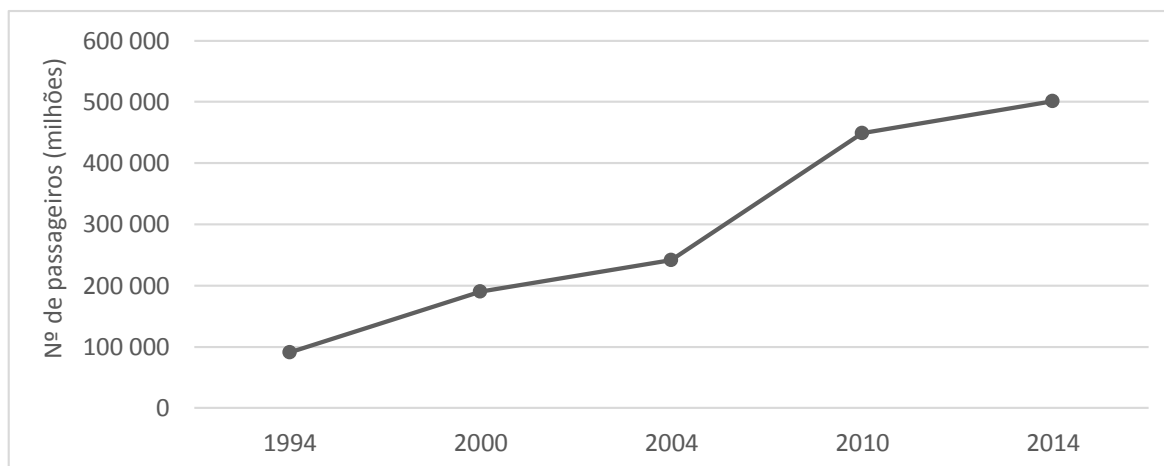
A cidade de Lisboa possui uma grande atratividade turística em diversos segmentos e nichos turísticos, permitindo satisfazer as diferentes motivações dos turistas e visitantes. Consegue reunir características únicas, expressas no património histórico, arquitetónico e cultural que reconhecidamente a distinguem. Dispõe ainda de uma oferta de alojamento turístico e de equipamentos de entretenimento e lazer diversificada, qualificada e competitiva em termos europeus e mundiais.



**Figura 5** – Total de passageiros desembarcados por via aérea na cidade de Lisboa. (Fonte: ATL)

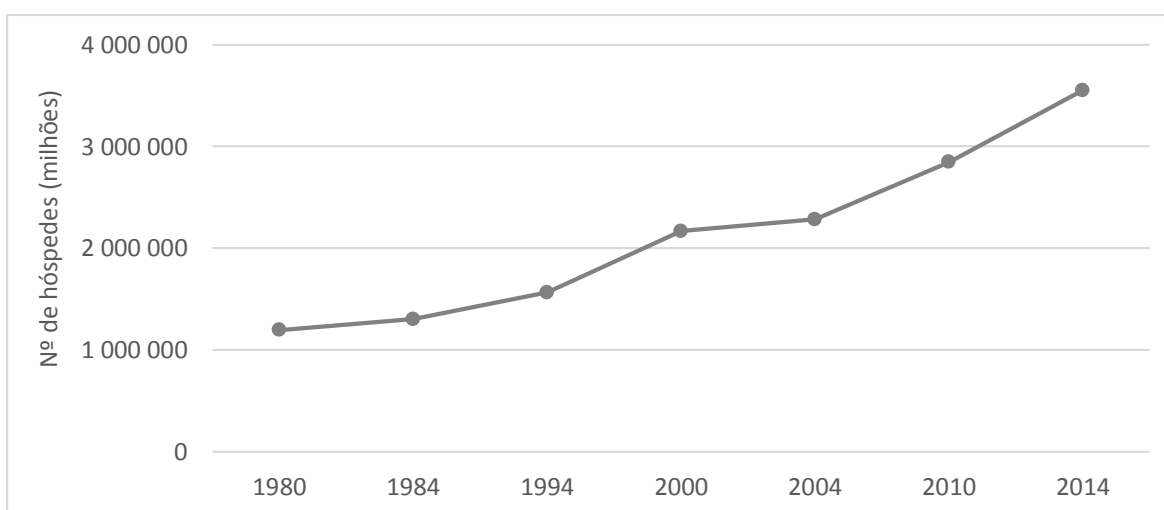
Como é possível observar através da análise da figura acima representada, os números divulgados pela ATL, demonstram um crescimento notável no número de passageiros desembarcados no Aeroporto de Lisboa. Na verdade, a maior parte dos turistas estrangeiros que visitam Lisboa, utilizam o transporte aéreo para viajar, portanto dão entrada no Aeroporto Internacional de Lisboa. A figura 5 mostra a evolução do número de passageiros desembarcados neste aeroporto entre 1980 e 2014. Em 2010, desembarcaram mais de 14 milhões de passageiros, o que evidencia um crescimento bastante acentuado, face ao ano de 2000 que tinha obtido cerca de 9,3 milhões de passageiros. É por isso evidente a tendência de crescimento sustentado do número de passageiros desembarcados, comprovada com a análise da figura acima. No entanto, é de salientar que o forte crescimento assinalado em meados do ano de 2010 poderá ser da responsabilidade das

companhias *low-cost*, pois atualmente, este aeroporto tem ligações *low-cost* para quase todas as capitais e principais cidades do centro e norte da Europa.

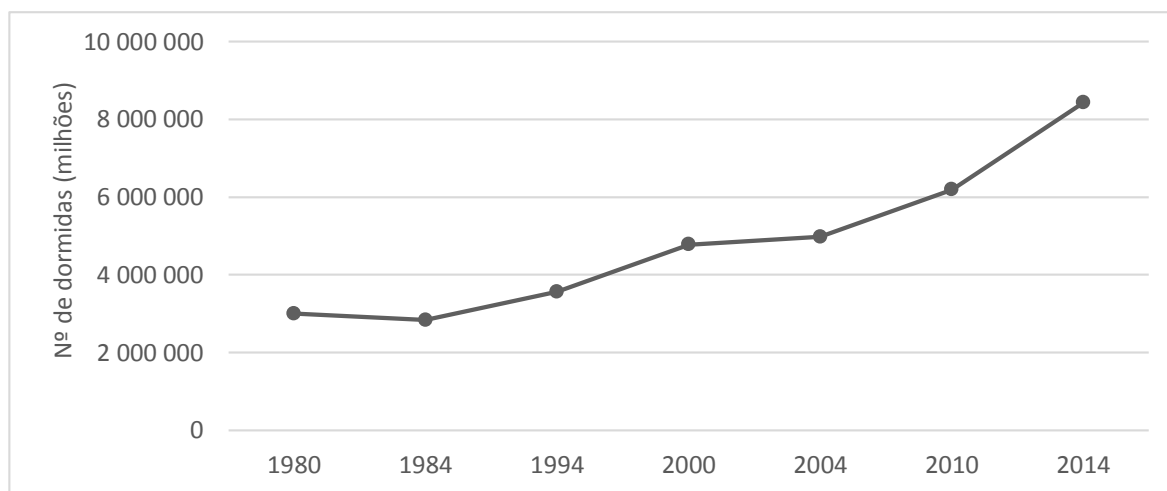


**Figura 6** – Total de passageiros desembarcados por via portuária na cidade de Lisboa. (Fonte: ATL)

O porto de Lisboa é outro ponto de entrada, utilizado pelos turistas que visitam a cidade de Lisboa. O movimento de navios de cruzeiros no porto de Lisboa tem estado em crescimento e com eles o aumento do número de passageiros. A figura 6 mostra, também, a evolução do número de passageiros nos cruzeiros, onde em 2010, passaram pelo porto de Lisboa 448 497 passageiros. No ano de 2014, esse número aumentou para 500 872. Todavia, este segmento é ainda recente e encontra-se em desenvolvimento, sendo uma forte aposta para aumentar a atratividade turística da cidade de Lisboa.

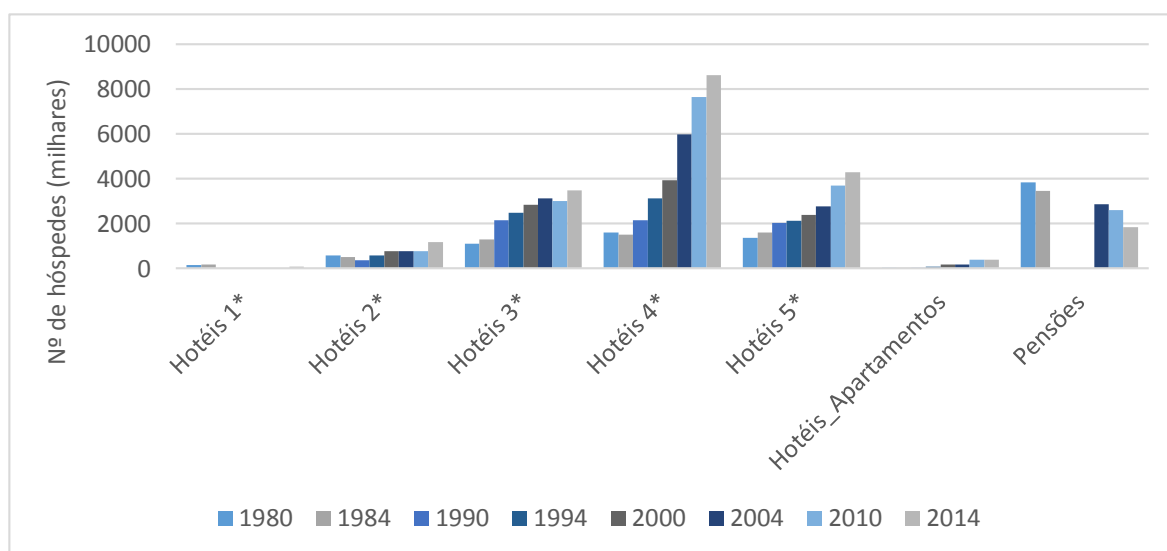


**Figura 7** – Total de hóspedes na cidade de Lisboa. (Fonte: ATL)



**Figura 8** – Total de dormidas na cidade Lisboa. (Fonte: ATL)

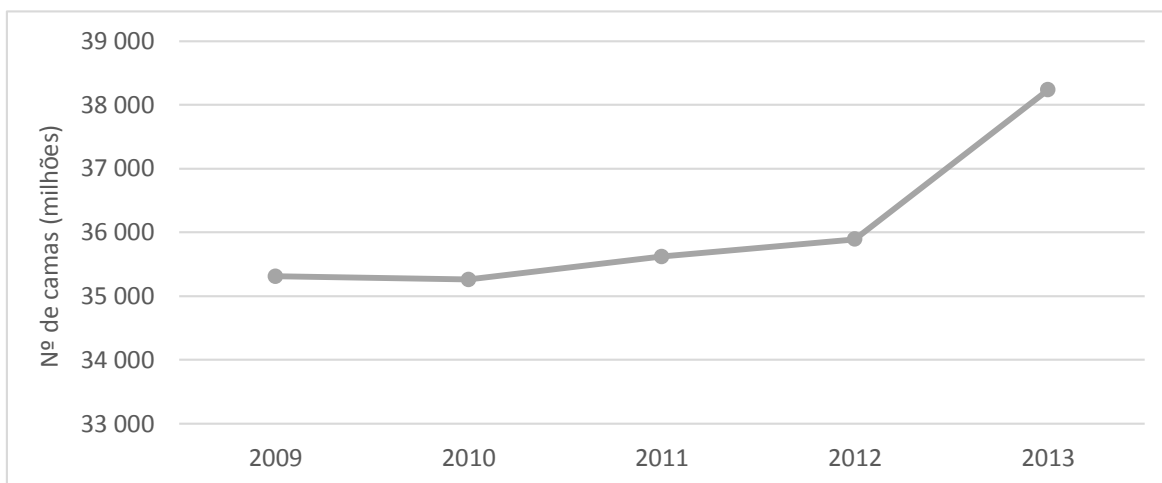
A acompanhar este crescimento e de modo bastante perceptível encontra-se o número de hóspedes e dormidas na cidade de Lisboa (Fig.7 e 8). A procura turística tem vindo a aumentar entre 1980 e 2014, sobretudo a partir de 2004, com o número de dormidas a aumentar progressivamente e de forma acentuada, sendo que para este crescimento contribuíram tantos os turistas nacionais como os turistas estrangeiros.



**Figura 9** – Total de hóspedes por tipologias na cidade de Lisboa. (Fonte: ATL)

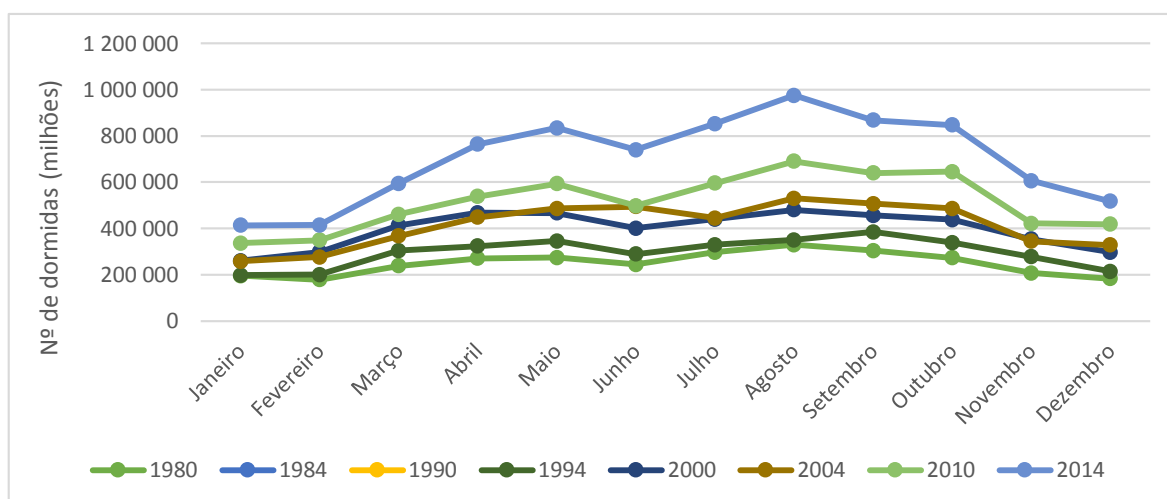
Relativamente ao alojamento hoteleiro por tipologias, representado na figura 9, é notório a concentração da procura turística por hotéis de 4 estrelas, principalmente, a partir de 2010. Seguidamente, a preferência dos turistas para pernoitar são os estabelecimentos hoteleiros de 3 e 5 estrelas. Todas estas multiplicidades e dispersões vêm reforçar quão diversificada é a procura e a motivação dos turistas.





**Figura 10** – Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros: total de camas. (Fonte: Pordata)

Analisando a capacidade de alojamento em termos de número de camas (Fig.10) é possível constatar que existe de facto um número muito elevado e que tem vindo a aumentar claramente e, especialmente, a partir do ano de 2012. É já um facto que a cidade de Lisboa possui uma elevada concentração da capacidade de alojamento, quer em termos de número de hotéis, quer em número de camas, face à restante Região.



**Figura 11** – Evolução do número de dormidas na cidade de Lisboa (sazonalidade). (Fonte: ATL)

Através da figura 11 é possível observar a variação da procura turística ao longo dos diferentes meses do ano, desde 1980 até 2014, permitindo assim, compreender como funciona e evoluiu o fenómeno da sazonalidade na cidade de Lisboa. Desta forma, ao analisar a figura acima verifica-se que os picos da procura centra-se, essencialmente, nos meses de Verão, a iniciar em Julho e a terminar em Setembro. A tendência tem seguido o mesmo padrão ao longo dos anos. É importante evidenciar que, geralmente, no mês de Maio existe um crescimento do número de dormidas, seguido de uma pequena descida em

Junho e, imediatamente a seguir, um grande aumento até ao final dos meses de Verão. Esta sazonalidade encontra-se relacionada com as excelentes condições meteorológicas que se fazem sentir particularmente nestes meses e também com os períodos de férias.

De acordo com o inquérito conduzido pelo Observatório do Turismo de Lisboa, a maioria dos turistas que visita atualmente Lisboa é motivada pela realização de *city e short breaks* e pelas viagens de negócios. Esta realidade encontra-se transposta no Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), segundo o qual defende que o crescimento do destino Lisboa deverá ser apoiado nos produtos de *touring* cultural, *city e short breaks* e, em menor grau, pelo turismo de negócios, mas também será necessário investir no golfe turístico, pois contribuirá para reduzir a sazonalidade, ainda que reconheça as boas condições de Lisboa para o “sol e mar”, o turismo náutico, a receção de navios de cruzeiro, prática de turismo de natureza, de saúde e bem-estar, e ainda para a prova de gastronomia e vinhos.

Para fundamentar e justificar as tendências anteriormente representadas e analisadas nos gráficos, o Plano Regional de Ordenamento do Território da Área Metropolitana de Lisboa (PROT-AML) (2009, p. 20), refere que a cidade de Lisboa ganhou uma maior projeção internacional, com a Capital Europeia da Cultura, em 1994. Esta iniciativa, “concebida para contribuir para a aproximação dos povos europeus, permitiu a promoção e divulgação, sobretudo junto dos outros países da UE, da riqueza, da diversidade e do património cultural da cidade e da região envolvente”. Mediante este tipo de eventos, foi necessário criar infraestruturas modernas e adequadas para os receber, o que contribuiu para um maior reconhecimento internacional da cidade de Lisboa com visível propensão turística.

O mesmo estudo menciona que quatro anos mais tarde, Lisboa recebeu uma exposição internacional - a EXPO 98, esta contribuiu para uma enorme notoriedade internacional do destino Lisboa, permitiu a requalificação e ordenamento do território e a criação de diversas infraestruturas de apoio. Já entre 1998 e 2001 (pós EXPO 98), o número de dormidas diminuiu, mas seria espetável, dado que o ano da exposição constituiu efetivamente um dos picos da procura.

Prossegue referindo que entre 2001 e 2003, seguindo a tendência mundial - pós “11 de Setembro”, Lisboa teve um ligeiro decréscimo do turismo internacional. O ano de 2004, em consequência da realização do Campeonato Europeu de Futebol em Portugal, foi

bastante positivo, invertendo a tendência de evolução negativa do número de dormidas verificada nos últimos anos.

A partir de 2006 e daí em diante, assistiu-se a um crescimento significativo no turismo e o desempenho de Lisboa nivelou as melhores práticas europeias, inclusive e segundo o mais recente documento da ATL – “Lisboa no caminho para um novo patamar de Excelência Turística” (2015), em 2009, 2010, 2013 e 2014, ganhou o prémio de ‘Melhor Destino de *City Break* Europa’; em 2009 e 2014, conseguiu obter o de ‘Melhor Destino de Cruzeiros na Europa’. Destaca ainda, os mais recentes eventos internacionais com visibilidade turística para Lisboa: Volvo *Ocean Race*, em 2013 e a *Champions League*, em 2014.

Em síntese, através da análise dos gráficos anteriormente apresentados, o desenvolvimento turístico da cidade de Lisboa teve um impulso significativo nos anos 90. Este forte crescimento, nos últimos anos, foi estimulado pela procura nacional e estrangeira, pelos grandes eventos realizados e, em grande medida, pelo investimento em nova oferta de alojamento turístico e novas infraestruturas de entretenimento e animação turística.

### ***Caracterização do perfil do turista***

O perfil dos turistas que realizam viagens a Lisboa é constituído, essencialmente, por elementos do género masculino, embora no ‘inquérito às actividades dos turistas e informação’ (2013), subsista uma ligeira predominância do género feminino. Existe uma preponderância, sobretudo de jovens entre os 35 e 54 anos, seguidos dos menores de 35 anos e os maiores de 54 anos, sendo que a maior parte destes turistas já teve contato com a cidade de Lisboa anteriormente. O motivo da visita centra-se fundamentalmente no lazer, seguido dos motivos profissionais, destacando-se ainda a visita a familiares e amigos; o preço da viagem parece ser o fator mais importante na decisão de viajar para Lisboa.

A internet é o principal meio utilizado para reservar a viagem e o avião o meio de transporte mais procurado para chegar a Lisboa. O Metro é a forma de deslocação no destino mais utilizada, seguida de perto por ‘andar a pé’ e pelos autocarros públicos. A maioria dos turistas fica alojado em Lisboa Cidade, preferindo instalar-se numa unidade hoteleira, no entanto, nota-se algum peso dos *hostels* e das casas de familiares e amigos. As fontes de informação mais utilizadas são os guias/livros turísticos e o recurso a *sites* de companhias aéreas e de viagens. Curiosamente, o *site* [www.visitlisboa.com](http://www.visitlisboa.com), bem como as redes sociais encontram-se entre os recursos comparativamente menos utilizados, mas são, ainda assim, bastante valorizados pelos seus utilizadores.

Em termos de hábitos de comportamento, a visita a monumentos, atrações ou museus é a atividade mais praticada pelos turistas, sendo que as compras assumem também uma grande relevância. As principais atrações visitadas situam-se em Lisboa Cidade e, mais concretamente, na área de Belém: Torre de Belém, Mosteiro dos Jerónimos e Padrão dos Descobrimentos. Em termos de museus, os mais visitados são o Centro Cultural de Belém, seguido pelo Oceanário. Os locais de interesse mais procurados situam-se nas micro-centralidades “Centro histórico”, Belém e Parque das Nações.

Por fim, cerca de três quartos dos turistas veem as suas expetativas superadas com a visita e, mais de metade, assumem que Lisboa foi o seu único destino de viagem. Numa escala de 1 a 10, a avaliação média da visita, em termos globais, recolhe uma nota de 8,28. Em termos da imagem mais forte com que ficam do destino recai, principalmente, na atratividade, sofisticação e modernidade e as sensações. Dentro destes conjuntos, os atributos secundários mais referidos são a beleza, um destino vibrante e as características emocionais de um destino agradável e tranquilo. Num segundo nível surgem os atributos autenticidade, relevâncias históricas únicas, dimensão humana e a diversidade de experiências.

### 3.2.2. A Lisboa turística nos Planos Estratégicos

Neste subponto, a caracterização da cidade de Lisboa como destino turístico irá ser realizada tendo por base, o Plano Estratégico da Região de Lisboa, Oeste e Vale do Tejo 2000-2010 (PRTLVT); o Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa 2010 (TLx10); o Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa 2011-2014 (TLx14); o Plano Estratégico Nacional do Turismo 2013-2015 (PENT); o Plano Estratégico para o Turismo na Região de Lisboa 2015-2019 (TLx19); Lisboa 2020 – Uma estratégia de Lisboa para a região de Lisboa; a Carta Estratégica de Lisboa 2010-2024. A partir destes documentos, considerados os mais relevantes e recentes sobre a temática em estudo, irá ser possível apresentar uma visão sintetizada de Lisboa enquanto destino turístico, a sua evolução num panorama geral e as preocupações existentes sobre o turismo e a atratividade em Lisboa, no contexto das políticas e da cooperação entre os mais diversos atores.

Segundo o PRTLVT de 2000-2010, Portugal posicionava-se como um dos principais países turísticos do mundo, pois em 1997 já conquistava o 16º lugar no *ranking* mundial. É um facto que, o setor turístico tem vindo a adquirir uma importância crescente para a economia e a sociedade portuguesa, devendo ser considerado como uma das

principais atividades económicas. Assim sendo, as principais tendências do turismo na Região de Lisboa, Oeste e Vale do Tejo, consistiam no forte desenvolvimento da capacidade hoteleira e de alojamento complementar em áreas de sol, mar e praia, um crescimento da capacidade hoteleira na cidade de Lisboa, a expansão do segmento de Feiras, Congressos, Conferências e Reuniões, assim como, o incremento da oferta turística e recreativa em ambiente natural e rural.

De acordo com este Plano, as políticas do turismo e do lazer têm de ser intimamente articuladas e conciliadas com a sustentabilidade ambiental e o ordenamento do território, isto é, integradas numa política de desenvolvimento regional sustentável, uma vez que as perspetivas são de grande crescimento nos espaços urbanizados de intensa utilização e mesmo nos espaços de utilização menos intensiva, sendo fundamental “territorializar” a estratégia turística, visto ser na ótica regional/local que ocorrem as relações dinâmicas do turismo de recreio com o ambiente e os recursos naturais, o património arqueológico, histórico e arquitetónico, o meio rural, as infraestruturas e equipamentos sociais, as acessibilidades, a urbanização e a qualidade de vida das populações.

No TLx10, as tendências globais do setor apontavam para um aumento do turismo de *city break*, seguido por uma maior concorrência entre cidades e sofisticação na estrutura da oferta. Os turistas que visitam Lisboa vêm principalmente pelo produto *city break* e encontram um destino muito acima das suas expectativas. No entanto, necessitava reforçar a integração dos diversos conteúdos turísticos e trabalhar ao nível da qualidade do espaço urbano e de serviço, pois o crescimento do número de turistas que visitavam Lisboa era superior ao de grandes cidades, mas abaixo das melhores práticas. Por conseguinte, o grande e principal objetivo da estratégia era aproximar o desempenho turístico da cidade de Lisboa das melhores práticas europeias. As principais componentes consistiam nas seguintes:

- Conceber uma proposta de valor, assente na Modernidade, Autenticidade e Experiência, complementando a de Resort, História e Escala Humana;
- Criar e desenvolver na cidade de Lisboa três micro-centralidades interligadas pelo Eixo Ribeirinho como áreas de excelência turística;
- Desenvolver e inovar elementos tradicionais portugueses que constituem fatores de diferenciação turística;
- Promover um calendário de eventos e programas de animação nas centralidades;

- Deter Espanha como mercado estratégico, colocar os grandes mercados europeus (EUA e o Brasil) como mercados prioritários e a Holanda, Bélgica, Escandinávia como mercados com elevado crescimento e potencial;
- Colocar a estratégia de produto em linha com o PENT 2006-2015;
- Aumentar o número e a competitividade das ligações aéreas diretas a Lisboa;
- Melhorar a qualidade urbana ao nível dos edifícios, organização e funcionalidade dos espaços públicos;
- Qualificar serviços e recursos humanos, concebendo uma cultura de profissionalismo e de qualidade de serviço nos momentos-chave de interação com o turista e com a população local;
- Promoção apoiada no reforço e especialização da abordagem ao consumidor final.

Por fim, pretendia-se criar um novo território para a área promocional, reunindo para além da cidade de Lisboa, três macro-centralidades - Estoril/Cascais, Sintra e Península de Setúbal/ Tróia, estas seriam complementadas com um conjunto de produtos que englobam a oferta de regiões próximas, devendo ser promovidos em coordenação, sendo que cada macro-centralidade teria uma proposta de valor específica e gestão autónoma, existindo a coordenação da ATL para o planeamento da promoção e ações conjuntas.

Posto isto, os requisitos fundamentais para a implementação seriam desenvolver um conjunto de iniciativas de forma a melhorar o destino, o marketing e a gestão do produto turístico, através de seis projetos de implementação, bem como assegurar os recursos para a promoção e novas verbas para atuação na oferta, garantir que a ATL intervêm na execução, coordenação ou dinamização dos projetos de implementação e obter um compromisso de médio/longo prazo governamental, municipal e de agentes privados para a implementação do Plano.

O TLx14 pretendia dar uma continuidade às linhas de orientação definidas no Plano anterior, garantindo a consolidação dos objetivos e a evolução sustentada do destino, identificando novos desafios que a atividade enfrenta, num mercado globalizado, em constante transformação e com uma concorrência forte, ao mesmo tempo que projetava o futuro, indicando novos caminhos e novas formas de pensar Lisboa e a sua Região.

Assim, tendo em conta as diferentes competências do Turismo de Lisboa, o Plano terá sido pensado em três níveis de abordagem: Cidade, Grande Lisboa e Área Promocional. Foi desenvolvido com base na “Ambição estratégica” e na “Visão e proposta

de valor para o Destino”, a partir destes foram identificados os objetivos estratégicos, onde considerando esses objetivos, foram definidas estratégias referentes a Mercados, Segmentos, Produtos e Marca. Identificou, ainda, 10 programas estratégicos que tinham como objetivo promover a notoriedade e a complementaridade da oferta turística da Região, onde cada turista poderia desfrutar de uma experiência em correspondência com as suas expectativas, integrando iniciativas estratégicas de marketing, infraestruturas e acessibilidades, recursos turísticos, recursos culturais e recursos humanos.

Deste modo, a Região de Lisboa tinha como ambição estratégica, a sua afirmação no quadro das capitais europeias com maior relevância turística e, ao nível do contexto turístico nacional, procurava consolidar a sua quota de mercado no panorama turístico interno e o fortalecimento da sua contribuição para o aumento da competitividade do turismo português.

Em relação à proposta de valor de Lisboa, esta deveria ser consolidada, através de elementos que refletissem os fatores motivacionais e de atratividade que caracterizam e diferenciam a região enquanto destino turístico. Os vetores que constituíam a proposta de valor eram a autenticidade, capitalidade, atratividade, sensações, sofisticação e modernidade, dimensão humana, relevâncias históricas únicas e diversidade de experiências.

Relativamente aos objetivos estratégicos, pretendia aproximar o desempenho turístico da Cidade das melhores práticas europeias, estimulando igualmente a atividade turística na restante Área Promocional e reafirmar a proposta de valor do Destino, enquadrando-os em 3 perspetivas de desenvolvimento do setor turístico - crescer em quantidade e valor, qualificar a experiência do visitante e aumentar a notoriedade do Destino. Para os concretizar, seria necessário ter uma posição diferenciada em função dos mercados emissores, dos segmentos da procura, das suas preferências e características inerentes, assim como dos produtos a promover.

O PENT 2013-2015 resultou da necessidade de o adaptar às mudanças estratégicas aprovadas pelo Programa do XIX Governo, ao período de instabilidade nos mercados financeiros e ao crescimento económico moderado da economia europeia - principal emissora de turistas para Portugal. De facto, a definição dos objetivos estabelecidos no PENT em 2007 não foi realista, uma vez que os resultados ficaram muito abaixo do previsto. Posto isto, é neste contexto que é apresentado este novo documento, tendo em conta o passado recente da estratégia de desenvolvimento turístico nacional e as prioridades/iniciativas numa visão a longo prazo para o setor.

Segundo este Plano, a importância do turismo na economia deve ser crescente, constituindo-se como um dos impulsores do desenvolvimento social, económico e ambiental a nível regional e nacional. A proposta a apresentar aos turistas a partir dos valores essenciais do “Destino Portugal” assenta nos seguintes elementos: clima e luz; história, cultura, tradição e mar; hospitalidade; diversidade concentrada; segurança; paisagem e património natural.

No fundo, pretende-se valorizar o segmento “sol e mar”, melhorando as condições dos recursos, equipamentos, serviços e a paisagem envolvente, assegurando a integração com outras ofertas complementares que enriqueçam a proposta de valor. Será necessário reforçar os circuitos turísticos religiosos e culturais, dinamizar as estadias de curta duração em cidade, incorporando recursos culturais, propostas de itinerários e oferta de experiências, compreendendo eventos, que promovam a atratividade das cidades e áreas envolventes.

Na verdade, este novo Plano acrescenta que as estadias de curta duração em cidade são importantes impulsionadores de viagens na Europa, efeito da preferência por viagens curtas e frequentes, tal como da difusão de rotas de baixo custo. Os principais mercados emissores de estadias de curta duração a nível europeu são a Alemanha, Reino Unido, Escandinávia, Espanha, Holanda, Rússia, Itália e França.

Foram, ainda, identificados os seguintes fatores de competitividade de Lisboa para este produto: boas acessibilidades e segurança; património universal transposto no desenho dos bairros históricos, nos elementos decorativos dos monumentos, nas coleções dos museus, nos ingredientes da gastronomia, na música e nas tendências contemporâneas; diversidade e variedade a pequenas distâncias que incluem a experiência em áreas protegidas; hospitalidade e tolerância; luminosidade e clima ameno; reconhecimento e projeção internacional de Lisboa como destino turístico para estadias de curta duração.

Evidencia-se em Lisboa, o aumento de emissores como o Brasil, França e Rússia. A sazonalidade manteve-se estável, concentrando Julho, Agosto e Setembro 35% da procura internacional e 32% da nacional. Portanto, a estratégia é de aposta nos mercados em crescimento, com realce para o Brasil, a França e a Rússia; revitalização dos mercados consolidados, como a Espanha; novo impulso aos setores mais dinâmicos da Alemanha, Itália, Reino Unido e EUA; abordagem a novos mercados como a Ásia e Médio Oriente.

Acrescenta que, os principais produtos para a região de Lisboa são as estadias de curta duração em cidade, os circuitos turísticos religiosos e culturais e o turismo de negócios. Todavia, requer um maior desenvolvimento de produtos como o golfe, a náutica,



o turismo residencial, de natureza e saúde. Em relação à comunicação, deve ser colocado em destaque a diversidade de valores culturais e naturais da região, sendo também importante destacar os aspetos de modernidade do destino. Foram, ainda, definidos 8 programas de desenvolvimento, sendo que esta visão renovada do turismo em Portugal para o período 2013-2015 é concretizada em 40 projetos, onde são identificadas as atividades a desenvolver.

O TLx19 pretende envolver diferentes realidades, aplicando-se ao desenvolvimento turístico da Região de Lisboa. Deste modo, foi necessário desenvolver uma discussão alargada com entidades públicas e privadas, de forma a planear a missão para a Região de Lisboa que consiste em aprofundar o relacionamento entre a cidade de Lisboa e a Região, introduzindo um modelo de desenvolvimento turístico que permita potenciar a visão integrada do turismo na Região, reforçando a diversidade da oferta turística, através do desenvolvimento de novos produtos turísticos, aumentando a riqueza e abrangência da sua oferta, valorizando os ativos existentes na Região de Lisboa, assegurando o seu reconhecimento e divulgação.

A visão integrada da Região inclui o desenvolvimento de centralidades e de experiências multi-centralidade, tendo por base elementos de identidade e características comuns do ponto de vista turístico, pois o conjunto das 5 centralidades permite ter uma visão de Região e do seu desenvolvimento turístico de uma forma abrangente, sendo que de entre as centralidades definidas, 3 surgem naturalmente da realidade turística atual da Região: Lisboa (Marca internacional forte, bem posicionada em *city/short break*, com uma oferta diversificada complementada pelos concelhos limítrofes - alavanca das restantes centralidades); Cascais (Marca internacional, enquanto *resort*, com uma oferta diversa e posicionamento forte no segmento *premium*); Sintra (Marca com notoriedade, enfocada no seu ambiente único enquanto ícone do Romantismo).

As restantes terão de ser mais desenvolvidas: Arrábida (Concelhos cujo elemento agregador é o Parque Natural da Arrábida e cujo potencial enfoque deverá ser a natureza); Arco do Tejo (Concelhos que têm o Estuário do Tejo como elemento agregador e potencial de desenvolvimento nas atividades náuticas).

Na verdade, a introdução deste novo conceito promove o desenvolvimento de uma oferta e de experiências que ligam produtos-chave existentes em várias centralidades e enriquece a oferta atual, permitindo reforçar uma visão integrada de Região, personalizando produtos de acordo com as preferências e motivações, sendo as centralidades um elemento agregador que garante a sua identidade, coerência e relevância.

Ainda assim, Lisboa deverá ser a âncora da Região, pois apresenta uma oferta cultural muito forte e desenvolvida, complementada pela gastronomia, *shopping* e *nightlife*. No entanto a centralidade de Lisboa compreende duas realidades distintas - a cidade de Lisboa e os concelhos complementares. Com a implementação do novo conceito pretende-se aumentar o contributo do Turismo para a economia da Região, através do alargamento em termos de oferta (desenvolvimento de novos nichos - p.e. surf, mergulho, natureza, equestre), do aumento da estadia média a partir de um maior número de atrações e de atividades e a ampliação do número de *repeat visitors* com o elevado número de combinações de produto possíveis, conduzindo ao reconhecimento da Região de Lisboa como o melhor destino europeu em termos de diversidade.

Neste último e atual Plano, na cidade de Lisboa foram revistas as micro-centralidades, separando o “Centro histórico” em 3 micro-centralidades distintas (anteriormente tratado como uma única micro-centralidade), reconhecendo o desenvolvimento de identidades próprias em áreas de excelência da cidade (Bairro Alto, Cais do Sodré e Santos – “Lisboa Jovem”; Baixa-Chiado - “Lisboa Trendy”; Alfama, Castelo e Mouraria - “Lisboa com História”). Houve, ainda, a criação das micro-centralidades Marquês de Pombal e Av. da Liberdade (reconhecendo a sua relevância como destino de *shopping* e de negócios).

Nas micro-centralidades de Belém, Parque das Nações e Eixo Ribeirinho, mantêm as atuais fronteiras, sendo que Belém deverá prosseguir a requalificação do espaço público e a melhoria da sua proposta de valor turístico-cultural. Nos concelhos complementares, irá ser feita uma extensão da cidade em termos turísticos, com o alargamento da centralidade de Lisboa aos concelhos que pela sua escala e complementaridade de oferta, são entendidos como uma extensão da cidade – Mafra, Oeiras, Almada, Loures, Odivelas e Amadora.

Foi reconhecida a importância de Cascais como a segunda centralidade com maior peso na Região em termos de dormidas, sendo que o seu posicionamento possibilita o desenvolvimento de produtos estratégicos para a Região (Turismo Residencial e de Saúde), pois tem uma oferta muito diversificada, permitindo o seu posicionamento como *resort* e de Sintra, na medida em que assenta na sua oferta cultural e marca internacional reconhecida. Na verdade, tem uma oferta cultural muito forte e abrangente, complementada com natureza, golfe e gastronomia, devendo enfocar o seu desenvolvimento em produtos complementares (turismo de aventura, gastronomia e turismo residencial).

A Arrábida terá por base o turismo de natureza, a enologia e a gastronomia, visto possuir ativos particularmente fortes em termos de natureza, nomeadamente associados ao

Parque Natural. Finalmente, o Arco do Tejo, por ter ativos náuticos, equestres e de natureza poderá ser aproveitado turisticamente, ainda que atualmente tenha um peso reduzido, o seu desenvolvimento poderá refletir-se em crescimento futuro.

Relativamente ao Plano de Marketing Estratégico para a Região de Lisboa, pretende-se aumentar o portfólio de produtos, permitindo concretizar a proposta de valor com base na diversidade (desenvolvimento de novos produtos associados a nichos e reforço do enfoque em produtos qualificadores); aprofundar o conhecimento de mercados prioritários, como Espanha, Alemanha e Brasil, selecionados como mercados a desenvolver com uma abordagem regional; complementar e desenvolver abordagens específicas a mercados de elevado potencial, iniciando com o mercado da China; proposta de valor da Região traduzida num mosaico de experiências que refletem a sua diversidade concentrada única de múltiplas experiências; enfoque no desenvolvimento de *market intelligence* para os mercados prioritários, com o reforço dos meios de proximidade e incremento do canal *online*.

Por último, a implementação do Plano Estratégico é assegurada através de Programas transversais à Região e específicos por centralidade. Contudo, o sucesso do Plano Estratégico passa pela adequação do modelo de *governance* que considere as competências atuais.

De acordo com a Lisboa 2020 – Uma estratégia de Lisboa para a região de Lisboa, tradicionalmente, a atratividade de Lisboa encontra-se apoiada no papel histórico desempenhado nos Descobrimentos, nas suas belezas naturais, no clima ameno e no bom grau de segurança pública. No entanto, a partir da Expo 98, a internacionalização da cidade e da região adquiriu novas dimensões, especialmente em função do turismo de feiras e negócios, do golfe e de algumas atividades culturais.

Por conseguinte, as estratégias para a internacionalização da região, no horizonte 2020 são a aposta em novos segmentos e produtos turísticos, nomeadamente, no *city breaks*, MICE (*Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*), golf e turismo residencial, bem com o reforço dos produtos ‘Feiras’ e ‘Turismo de Negócios’ e o desenvolvimento de serviços nas áreas da saúde, tecnologia e cultura.

Prossegue referindo que deverá ser feita uma aposta no setor do turismo em articulação com iniciativas e estruturas de negócios, congressos, feiras e exposições e com o desenvolvimento das indústrias criativas e culturais, pois a cidade de Lisboa é a marca turística mais conhecida internacionalmente e tem uma boa representatividade, capaz de gerar cerca de 73% das receitas de hotelaria da região.

A Região de Lisboa é, essencialmente, um destino de *city breaks* (segmento em que a cidade de Lisboa representa 33% das receitas turísticas), de Turismo de Negócios e de Cruzeiros, com capacidade de ter uma imagem urbana, com dimensão humana e a possibilidade de complementaridade entre diversas motivações, atrações e produtos. Contudo, nos últimos anos tem existido um crescimento do Turismo Residencial na região envolvente da cidade, só que o crescimento da oferta hoteleira centralizado, sobretudo na cidade de Lisboa (cerca de 20% da oferta hoteleira do país) tem estado a acentuar o desequilíbrio regional, salientando as disparidades entre concelhos e a colocar novos problemas à gestão do destino.

Termina reforçando a necessidade de requalificação do Arco Ribeirinho Norte, num quadro de revitalização dos centros urbanos históricos e de atração de novas atividades, nomeadamente ligadas ao lazer, ao consumo, ao turismo, à criação e à economia do conhecimento, prevendo-se intervenções nas seguintes áreas: Algés; Belém; Baixa-Chiado; Cais do Sodré; Stª Apolónia; Braço de Prata; Cabo Ruivo; requalificação de outras áreas ribeirinhas.

Segundo a Carta Estratégica de Lisboa 2010-2024, as cidades são locais de uma enorme importância, o fenómeno da urbanização já é bastante antigo e Lisboa esteve sempre presente com a sua luz característica, os seus bairros, o seu património e a sua cultura, atraindo e encantando os viajantes e turistas que a descobrem e a apreciam.

Os seus princípios fundamentais decorrem da resposta a questões com que a cidade se debate e que constituem os atuais desafios estratégicos no planeamento da cidade, sendo que do processo de resposta e de reflexão sobre essas questões de carácter geral e transversal, com variados cruzamentos e interações, resultam contributos e soluções, articulados em orientações principais.

Na realidade, o que se pretende é devolver a cidade, o seu património, o rio e os bairros, uma vez que tornará possível reduzir as desigualdades e aumentar a sua relevância internacional. Lisboa passaria a definir-se por ser um exemplo no exercício da cidadania, da oportunidade e da sustentabilidade, tornando-se mais forte e atrativa.

### 3.3. Lisboa nos guias turísticos: breve referência

Neste ponto da investigação, irá ser feita uma breve contextualização histórica sobre a origem e natureza dos guias turísticos, bem como salientar a sua importância crescente para a afirmação de Lisboa como destino turístico, fundamentando assim a

escolha desta fonte documental que será analisada mais aprofundadamente num capítulo posterior.

Segundo Matos e Santos (2004), os guias de viagens incluem-se numa literatura utilitária e pedagógica que tem como objetivo oferecer uma série de indicações sobre as viagens a realizar e sobre os espaços a visitar. Desta forma, nos vários guias de viagens que foram surgindo ao longo dos anos aparecia sempre como base informações sobre a forma de viajar, os lugares a visitar e informações de carácter histórico sobre os vários lugares ou monumentos. Estes foram adaptando-se ao tipo de viagens, em cada momento histórico, evoluindo e adequando-se aos objetivos dessas viagens e ao público a que se dirigiam, ou seja, enquanto os guias de viagem do período moderno eram direccionados a uma elite "ilustrada", que concebia as viagens como forma de complementar a sua educação, os guias turísticos do século XIX passaram a abranger um público mais vasto e procuraram responder às novas exigências de quem viajava. Assim sendo, os guias, tal como os conhecemos atualmente, surgiram nas primeiras décadas do séc. XIX, relacionados com o desenvolvimento dos caminhos-de-ferro. A função utilitária dos guias turísticos determinou que o seu conteúdo se fosse tornando gradualmente mais "impessoal", "sistemático" e "completo", juntando à descrição dos lugares um conjunto de informações de ordem prática, nomeadamente, indicações sobre as unidades hoteleiras existentes e a sua qualidade, o valor da moeda, a distância em relação a postos de correio, principais vias de ligação a outras localidades, meios de transporte disponíveis, entre outros.

De acordo com o estudo de Gonçalves (2008. p. 4), de facto estes pertencem a um género textual utilitário, que tem como objetivo orientar o visitante ou turista num lugar que lhe é desconhecido, mas são, também, o espelho das mudanças políticas, culturais, económicas e sociais das cidades, pois "sendo um meio de informação acerca de cidades, deixa expressar através dos textos (nos modos de as descrever), mentalidades e valores através dos quais as sociedades (comunidades) condensam, expressam, trocam e promovem os signos emblemáticos das suas identidades, as diferenças e modos particulares como pensam (e imaginam) a cidade".

Salienta ainda que este género evoluiu em finais no século XIX, acompanhado as alterações e dinâmicas do turismo, no decurso do século XX. Todavia, mantendo o seu plano estrutural. Afirma, também, a escassez na produção de guias turísticos da cidade de Lisboa, destacando, igualmente a ausência de guias da cidade na década de 70 do século XX, associado à crise política, à guerra colonial e à Revolução do 25 de Abril em 1974.

Assim sendo, não existia nenhum guia de referência da cidade, como acontecia com outras cidades europeias. No entanto, o Guia de Portugal 25, com a sua primeira edição em 1924, de Lisboa e Região, da responsabilidade de Raul Proença, tornou-se uma obra de referência.

Por fim, a autora conclui que os guias turísticos da cidade retratam de forma mais acentuada, as mudanças político-ideológicas na sociedade portuguesa, sobretudo durante o século XX, do que as dinâmicas sociais relacionadas com o turismo, com as modas do mercado e as transformações urbanísticas da cidade. Na verdade, o fim do Estado Novo, a democratização da sociedade portuguesa e a integração na UE, foram acontecimentos políticos importantes que marcaram uma nova imagem de Lisboa nos guias, culminando o seu passado histórico com a modernização da cidade. No fundo, a identidade da cidade possui fortes ligações com a vertente política e articula-se com os projetos políticos da cidade e da sociedade.

Findada a contextualização do tema em estudo é indispensável apresentar, de modo mais aprofundado, a metodologia de investigação que esteve na base de todo o projeto e permitiu a sua realização.

## **Cap. III**

# **Metodologia de Investigação**





## 1. Introdução

A investigação que se pretende realizar pode ser considerada um estudo de caso, sobre a cidade de Lisboa como destino turístico no contexto das políticas europeias de turismo urbano. Segundo Yin (2005), o estudo de caso é uma das inúmeras formas de se fazer pesquisa em ciências sociais. Esta é uma abordagem metodológica em que a vantagem se encontra nas múltiplas fontes de evidência para solucionar problemas de pesquisa. Já para Jupp (2006), consiste numa abordagem que utiliza uma investigação aprofundada de um ou mais exemplos de um fenómeno social atual, utilizando uma variedade de fontes de dados. Um "caso" pode ser uma pessoa individual, um evento ou uma atividade social, grupo, organização ou instituição. A principal crítica ao método de estudo de caso, é que na maioria das circunstâncias dos casos individuais não são suficientemente representativas para permitir a generalização para outras situações.

Araújo *et al.* (2008) apresenta o estudo de caso como uma abordagem metodológica de investigação particularmente adequada quando procuramos compreender, explorar ou descrever acontecimentos e contextos complexos, nos quais estão envolvidos diversos fatores. Por outro lado, para Maffezzolli e Boehs (2008) é um tipo de investigação empírica em que os limites do fenómeno e de contexto não estão claramente definidos. Os mesmos autores apresentam três tipos de estudo de caso: o exploratório, em que se deseja conhecer com maior profundidade questões pouco conhecidas; o descritivo, onde a maior preocupação é a descrição da situação; o explicativo, em que se colocam possibilidades para explicar diferentes causas. No entanto, salientam que tais definições não têm nenhum nível hierárquico e que estas estratégias muitas vezes se sobrepõem, não existindo uma limitação objetiva.

Na conceção de Deus *et al.* (2010, p. 3) “não é um método específico de pesquisa nem uma escolha metodológica, mas uma forma particular de estudo e uma escolha do objeto a ser estudado”. Assim, é essencial conhecer o que se aprende ao estudar o caso, sendo necessário um estudo da particularidade e da complexidade de um caso singular. É necessário, também, ter em conta que o conhecimento concebido a partir do estudo de caso é diferente do conhecimento criado a partir de outras pesquisas, pois é mais concreto, mais contextualizado, mais direcionado para a interpretação do leitor.

Posto isto, no presente estudo, tal como em qualquer projeto de investigação, a metodologia constitui um segmento fundamental de todo o relatório científico. Para

Marconi e Lakatos (2003), as técnicas de pesquisa são um conjunto de princípios ou processos que existem para servir uma ciência ou arte, visto que toda a ciência utiliza inúmeras técnicas para obter os seus resultados. Com efeito, toda a pesquisa envolve o levantamento de dados de diversas fontes, independentemente dos métodos ou técnicas utilizadas, todo esse material é bastante útil para adquirir conhecimentos no campo de interesse, bem como para evitar possíveis esforços dispensáveis.

Ritchie *et al.* (2004) afirma mesmo que nas investigações na área do turismo é necessária uma discussão mais aprofundada, um debate e desenvolvimento no que diz respeito à metodologia aplicada, dado que os académicos precisam de considerar de forma construtiva as suas metodologias de pesquisa. Na opinião de Rodrigues (2007), as técnicas de pesquisa compreendem um conjunto de abordagens, técnicas e processos utilizados pela ciência para formular e resolver problemas de aquisição objetiva do conhecimento de uma maneira sistemática.

Na verdade, uma investigação pode envolver a recolha e análise de dados segundo diversos métodos. Todavia, o principal objetivo é sempre alcançar uma melhor compreensão do fenómeno em estudo (Esteves, 2010). Sendo que a recolha de diversos tipos de dados, utilizando métodos diferentes, surgiu numa fase inicial do projeto e obviamente foi sofrendo alguns reajustes à medida que a investigação foi avançando por caminhos que já eram mais ou menos previstos a partir das orientações de partida. Mediante este facto, a presente investigação detêm uma estrutura de fácil compreensão, compilando um conjunto de métodos de recolha de informação que pareceram mais adaptados aos vários pontos do projeto, de forma a tornar mais acessível o entendimento de alguns aspetos mais fulcrais e cruciais na investigação.

Por fim, as questões éticas acabam por estar envolvidas em todas as fases da investigação, desde a seleção do tema, definição dos objetivos, escolha dos participantes, a forma como os dados são recolhidos, os procedimentos de análise utilizados e a interpretação dos mesmos (Esteves, 2010). Neste sentido, é essencial salientar alguns procedimentos éticos na realização desta investigação: o respeito pela informação dada pelos participantes na mesma (no caso das entrevistas, foi dado conhecimento da informação tratada e, no caso dos questionários, foi respeitado o anonimato dos participantes).

## **2. Instrumentos de recolha de dados**

Perante esta necessidade de conhecer uma nova realidade, através de um conjunto de instrumentos de recolha de dados de natureza diversificada, foram utilizadas como principais ferramentas, a entrevista, a análise documental e ainda a realização de questionários aos turistas na cidade de Lisboa. A preferência por estes métodos de recolha de informação prendeu-se com a necessidade de obter informação de diferentes fontes, para assim alcançar uma visão mais concreta das questões em estudo.

### **2.1. A entrevista**

A entrevista é um encontro entre duas pessoas, com a finalidade de uma delas obter informações a respeito de um determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um instrumento de excelência na investigação social quando é realizado por um investigador experiente, sendo “muitas vezes superior a outros sistemas de obtenção de dados” (Marconi e Lakatos, 2003, p. 195). Neste caso, a entrevista teve como objetivo principal a obtenção de informações do entrevistado sobre a temática em estudo. No entanto, tal como qualquer processo de recolha de dados tem as suas vantagens e limitações. Neste sentido, a preparação da entrevista é uma etapa importante da pesquisa, pois requer tempo, isto é, o investigador deve ter uma ideia clara da informação que necessita e exige algumas medidas. Com efeito, a entrevista que visa adquirir respostas válidas e informações pertinentes é uma verdadeira arte que se aperfeiçoa com o tempo, com treino e com experiência, ou seja, exige habilidade e sensibilidade.

Importa também referir que, a entrevista detém como objetivo clarificar alguns aspetos e analisar determinados conceitos, não devendo apenas ser encarada como um simples método de recolha de informação, uma vez que estas possuem uma função exploratória onde se procura descobrir linhas de orientação, uma função analítica que correspondeu à análise de conteúdo das mesmas e ainda uma função expressiva, no sentido em que permite a existência de uma comunicação (Guerra, 2006).

Na opinião de Quivy (2008), as entrevistas permitem retirar informações e elementos de reflexão muito ricos. Caracterizam-se por um contato direto entre o investigador e os seus interlocutores. O conteúdo da entrevista será objeto de uma análise de conteúdo de tipo descritivo, com o objetivo de testar as hipóteses de trabalho. As

entrevistas realizadas podem ser consideradas semidiretivas, na medida em que o investigador dispunha de uma série de perguntas-guias relativamente abertas.

Na opinião de Esteves (2010, p. 120), a entrevista “é o instrumento mais adequado para conhecer os sistemas de representação, de valores, de normas veiculadas pelos indivíduos”. Assim sendo, foi dos primeiros métodos de recolha de informação utilizado, dado que permite investigar e descobrir aspetos que não são observáveis, podendo conhecer, não só o que as pessoas dizem e apresentam, mas também inferir sentimentos, perspetivas, valores e conhecer a versão dos acontecimentos de cada um. Assim, a entrevista possibilita apreender opiniões e perspetivas que não podem ser observadas. Apresenta-se de seguida o guião da entrevista:

**Quadro 4** – Guião da Entrevista

<b>Assunto</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Questões</b>
Lisboa como destino turístico	<p>Conhecer a perceção dos entrevistados;</p> <p>Identificar as atrações turísticas que compõem a oferta e quais são as mais importantes para a afirmação de Lisboa como destino turístico.</p>	<p>2. Na sua perceção, quais são os motivos que levam os turistas a visitar a cidade de Lisboa?</p> <p>3. O número de turistas estrangeiros tem vindo a aumentar em Portugal, e especificamente em Lisboa. Quais são para si as principais atrações turísticas da cidade de Lisboa?</p> <p>7. Na sua perceção, quais são os elementos que mais nos diferenciam dos restantes países?</p> <p>8. Na sua opinião, Lisboa está “na moda”?</p>
Políticas de turismo urbano	<p>Averiguar se efetivamente tem existido uma evolução notória nas políticas para o turismo urbano e qual a sua relevância para o setor do turismo;</p> <p>Compreender se as políticas em matéria de turismo urbano se revelam as mais adequadas para dar uma resposta clara às necessidades reais do setor turístico nas cidades.</p>	<p>1. Na sua opinião, quais são as políticas europeias urbanas e de turismo que mais têm contribuído para a valorização do turismo na cidade de Lisboa?</p> <p>4. No seu parecer, qual tem sido a evolução nos últimos 30 anos, nas políticas e estratégias promovidas para o turismo de Lisboa?</p> <p>5. Na sua opinião, quais foram as políticas urbanas que tiveram mais impacto junto dos turistas?</p>

A atratividade turística da cidade de Lisboa	Fazer uma análise da atratividade turística da cidade de Lisboa;  Entender em que medida a atratividade turística da cidade de Lisboa promove a sua internacionalização;  Comprovar as diferentes perspetivas sobre a atratividade turística de Lisboa – estratégias/políticas [turismo urbano].	6. Conhece algum projeto/atividade atual que tenha como objetivo aumentar a visibilidade e a atratividade turística da cidade de Lisboa? A entidade em questão tem neste momento algum em curso?  9. Por último, o que pode ser melhorado para aumentar a atratividade da cidade?
--	--	--

Dada a essência deste estudo, o objetivo foi atingir um conjunto aprofundado de informações com base em algumas entrevistas, ainda que a amostra seja um pouco reduzida, permitiu ainda assim conhecer melhor a temática em questão. As entrevistas foram gravadas, após o consentimento dos entrevistados, para posteriormente transcrever e analisar o conteúdo.

As entrevistas realizadas foram direcionadas a especialistas na área das políticas europeias e do turismo urbano - ao Doutor Sérgio Guerreiro, enquanto investigador e profissional do Turismo de Portugal, à Professora Doutora Teresa Alves, enquanto docente e perita em questões relacionadas com o turismo na cidade de Lisboa e ao Doutor André Barata Moura, para compreender o papel da ATL, sendo assim mais uma forma de recolha de dados. As entrevistas (anexo V) são constituídas por 9 questões, sendo um questionário semiaberto, em que a formulação e a ordem das questões são fixas, mas os entrevistados poderiam dar uma resposta tão longa quanto desejassem. No âmbito dos tópicos, encontra-se claramente definida a informação que se pretendia obter e os entrevistados possuíam a informação solicitada e eram capazes de a transmitir. No âmbito da formulação das perguntas, os termos utilizados são facilmente compreendidos pelos entrevistados, as perguntas apontam num sentido claro e não sugerem uma determinada resposta, não se referindo a um contexto demasiado específico.

## 2.2. Análise documental

Inicialmente, o levantamento de dados constitui a primeira etapa de qualquer pesquisa científica e, é efetuado, através da pesquisa documental e da pesquisa

bibliográfica. Por outro lado, a pesquisa de campo é utilizada com o propósito de adquirir informações e conhecimentos acerca de um problema que se quer ver respondido ou uma hipótese que se queira comprovar e ainda descobrir novos fenómenos ou as relações estabelecidas entre eles. No entanto, para iniciar este processo é fundamental a realização de uma pesquisa documental sobre o tema em questão, para absorver conhecimento e verificar em que estado se encontra atualmente o problema, que trabalhos já foram realizados e quais são as opiniões sobre o assunto (Marconi e Lakatos, 2003).

Estes autores defendem que a pesquisa documental, inclui toda bibliografia pública relacionada com o tema em estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico, entre outros, até meios de comunicação orais, nomeadamente, a rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais, assim como os filmes e a televisão, cujo a finalidade é colocar o investigador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto. Desta forma, a pesquisa documental não consiste apenas numa mera repetição do que já foi referido ou escrito sobre determinado assunto. Todavia, proporciona a análise de um tema com uma nova abordagem, atingindo conclusões inovadoras. Por conseguinte, para cada fonte de dados, o investigador deve conhecer meios e técnicas para testar a validade e a fidedignidade das informações.

Para Quivy (2008), o investigador recolhe documentos para os estudar por si próprio ou porque espera encontrar informações úteis para estudar outro objeto. Podem ser documentos manuscritos, impressos ou audiovisuais, oficiais ou privados, pessoais ou de algum organismo, contendo números ou texto. Deste modo, é possível economizar tempo e dinheiro; evita o recurso abusivo das sondagens e questionários; aproveita a riqueza do material documental disponível. Já para Esteves (2010), a análise documental possui como objetivo apresentar uma visão sintetizada dos aspetos mais importantes, no sentido de facilitar a compreensão dos aspetos que mudaram, assim como daqueles que permaneceram.

Posto isto, foi necessário começar por efetuar uma recolha de informação bibliográfica, através de livros, teses e artigos de origem nacional e internacional, realizados por outros investigadores, albergando conhecimento científico sobre o problema em questão. Optou-se por este instrumento por ser um processo de recolha de dados bastante diferente do levantamento de campo, pois procura informações e dados disponíveis em publicações, fornecendo bases sólidas e uma compreensão efetiva, neste

caso, em específico, sobre a atratividade turística da cidade de Lisboa no contexto das políticas europeias de turismo urbano.

De seguida, foi realizada uma pesquisa quantitativa, analisando dados estatísticos de interesse para o tema e respetivas questões de investigação, de forma a conseguir uma melhor perceção de como se desenvolve e evolui o turismo urbano e a atratividade na cidade de Lisboa. Sendo ainda relevante declarar que grande parte desta informação estatística foi fornecida pelo Observatório do Turismo de Lisboa, onde constam números recentes e indicadores bastante interessantes que resultam num forte contributo para confirmar e/ou justificar afirmações efetuadas ao longo da dissertação.

Numa fase mais empírica da investigação, foi realizada a análise documental de um conjunto de guias turísticos, no sentido de mostrar uma visão sintetizada dos aspetos mais importantes, sobre a forma como Lisboa é apresentada como destino turístico. Neste ponto, foi efetuada a pesquisa de um conjunto de guias turísticos em diferentes idiomas, reunindo os seus Top10, de forma a obter um conjunto de principais atrações turísticas, compreendendo assim quais as mais referenciadas. De seguida, para intensificar a importância de todos os monumentos e lugares mencionadas pelos guias turísticos e tornar a análise deste ponto da dissertação mais interessante, foram realizados um conjunto de mapas de círculos proporcionais, sendo necessário a utilização do *Google Earth* e do programa *ArcGis* para os executar, de forma a obter uma distribuição geográfica das principais atrações turísticas na cidade de Lisboa.

A escolha da fonte documental “guias turísticos”, prendeu-se com o facto de permitir observar as mudanças da própria cidade e, particularmente, por apresentá-la como destino turístico. Para além do aspeto funcional é um instrumento de criação e promoção regional e, portanto, relacionado com as políticas de turismo urbano, visto possibilitar uma valorização dos lugares/cidades (Gonçalves, 2008).

Posto isto, neste caso em particular, a preferência pelos guias turísticos *online* é sustentada pelos autores que atestam a importância da informação online sobre os destinos turísticos, nomeadamente, Marujo (2008) e Xiang e Gretzel (2010), onde mencionam que o turismo é um setor de enorme relevância económica e que, neste momento, está a sofrer uma importante transformação com a utilização da Internet. É um meio que permite uma forma de comunicação mais interativa e fácil entre os utilizadores e os prestadores de serviços, possibilitando uma difusão rápida do conhecimento, permitindo às organizações públicas e privadas do turismo melhorar a sua eficiência mas, também, oferecer novos produtos e serviços.

Prosseguem afirmando que no mundo competitivo dos destinos turísticos, a informação que é divulgada aos turistas é essencial para apoiá-los no seu processo de decisão sobre qual destino visitar e o que visitar no destino escolhido. Assim, as organizações promotoras dos destinos turísticos têm de proporcionar uma maior quantidade e qualidade de informação para que o turista a possa utilizar no seu processo de decisão e, é neste contexto, que a Internet surgiu como um novo meio de comunicação ideal para o marketing dos destinos turísticos.

Para estes autores, os turistas confiaram durante muito tempo nos agentes de viagens, a quem estava cometida a função de elucidar, informar e influenciar o turista e, ainda, na informação limitada disseminada pelos meios de comunicação tradicionais (jornais, revistas, brochuras, outdoors, televisão, rádio, etc.). Contudo, atualmente, os turistas são cada vez mais exigentes, pois com a Internet, passaram a ter maior acesso à informação e, portanto, o seu conhecimento e poder de comparação aumentou, ou seja, o controlo da informação passou, de certa forma, a ser do consumidor, uma vez que ele decide o que deseja saber, em que momento e em que quantidade de informação.

Para suportar e fundamentar esta escolha, existe ainda o “Inquérito às actividades dos turistas e informação”, do Observatório Turismo de Lisboa (2013), onde afirmam que os guias/livros turísticos foram as fontes de informação antes da viagem mais utilizados, com níveis de utilização próximos dos 80%, sendo que o grau de satisfação dos utilizadores se situou entre os 50% e os 75%. Igualmente significativo foi o recurso a *sites* de companhias aéreas e de viagens. Mesmo durante a estadia, os guias/livros turísticos aparentam ter sido os principais pontos de apoio informativo, onde o nível de utilização superou os 85%. Desta forma é possível confirmar, através dos dados fornecidos pelos inquiridos que a procura de informação sobre a cidade de Lisboa é feita, sobretudo *online* em guias e livros turísticos.

### 2.3. O questionário

Nas reflexões de Marconi e Lakatos (2003), o questionário é um instrumento de recolha de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito. Assim, a elaboração de um questionário requer o cumprimento de normas precisas, a fim de aumentar sua eficácia e validade, por isso, o processo de elaboração é longo e complexo, pois exige uma seleção cuidadosa das questões, tendo em consideração a sua importância, isto é, se oferece condições para a obtenção de



informações válidas. O questionário deve ser limitado em extensão e em finalidade, porque se for muito longo, provoca fadiga e desinteresse. Contudo, se for demasiado pequeno, corre o risco de não oferecer informações suficientes.

Segundo Gilham (2005), os questionários são muitas vezes combinados com outros métodos de recolha de informação, dado que a utilização do questionário como único método de recolha de informação sobre uma realidade social fornece uma visão limitada daquilo que é essa mesma realidade. Jupp (2006), alerta ainda para o facto de ser incorreto pensar que os questionários são uma técnica “fácil” de pesquisa, pois para criar um bom questionário, o investigador tem de compreender o assunto em questão e precisa estar plenamente consciente das diversas controvérsias que o rodeiam.

De acordo com o Quivy (2008), o questionário consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativo de uma população, uma série de perguntas de interesse para o investigador, sendo que as respostas são normalmente pré-codificadas, de forma que os entrevistados devem obrigatoriamente escolher as suas respostas entre as que lhes são formalmente propostas. Neste projeto, o questionário foi de administração indireta, uma vez que foi o inquiridor a preencher, garantindo maior confiança no processo. Este método tem como principal vantagem, o facto de possibilitar quantificar uma multiplicidade de dados e de proceder a numerosas análises de correlação.

Desta forma, foram inquiridos 180 turistas na cidade de Lisboa, com o principal objetivo de recolher alguma informação sobre o modo como estes percecionam a cidade. Este questionário (anexo VI) foi construído mediante a seleção de um conjunto de questões que pretendiam obter respostas diretamente ligadas com os objetivos da investigação, utilizando um questionário estruturado da seguinte forma: uma primeira parte onde são registados alguns dados biográficos e motivações dos inquiridos, uma segunda parte constituída por questões abertas e fechadas tendo como público-alvo os turistas (nacionais e internacionais), presentes nos 4 locais que considerados os mais emblemáticos, através da literatura consultada, da análise de conteúdo dos guias turísticos e com base nos inquéritos realizados pelo Observatório Turismo de Lisboa: Belém, Praça do Comércio, Praça do Rossio, Parque das Nações.

Primeiramente, foi elaborada uma primeira versão que foi testada (questionário-piloto), com o intuito de saber se as questões eram facilmente compreensíveis e se as respostas iriam de encontro ao que era procurado. Após a análise desta primeira versão eliminaram-se algumas questões, reformularam-se outras e foi construída a versão final que se apresenta em anexo. Procurou-se assim resolver da melhor maneira, as questões

técnicas associadas à construção de questões, para que fossem bastante claras no sentido de obter as informações necessárias para compreender melhor a temática em investigação. Posteriormente, foi aplicado no trabalho de campo, realizado durante o mês de Dezembro e Maio, nos quatro locais acima citados. Foram realizados 15 questionários em cada local, no mês de Dezembro. No mês de Maio esse número duplicou para 30 em cada local, por ser um mês já mais próximo do início da “época alta”. Relativamente às questões propriamente ditas, estavam ausentes de ambiguidade e adequadas à análise estatística, sendo que nas respostas de escolha múltipla foi garantido, antecipadamente, todas as hipóteses possíveis. Tendo sempre em conta que a omissão pode ir muito longe e modificar o conjunto das conclusões que se possam tirar das respostas à questão. Apesar de ser dirigido a uma amostra modesta, permitiu retirar algumas conclusões, ainda que pouco generalizáveis, sobre a perspetiva dos turistas em relação a atratividade da cidade de Lisboa, assim como confirmar ou não algumas informações apresentadas nas estatísticas sobre o turismo na cidade de Lisboa.

### 3. Análise dos dados

Segundo Maffezzolli e Boehs (2008), a análise de dados consiste em examinar, categorizar, classificar em tabelas ou testar e até mesmo recombina as evidências quantitativas e qualitativas para tratar as teorias iniciais de um estudo. Prosseguem referindo que, a falta de uma “estratégia” bem delineada de análise pode levar o investigador a ignorar informações relevantes. Portanto, a convergência de várias técnicas de pesquisa é sugerida desde que este tenha consciência do papel desempenhado por cada uma no processo.

De acordo com Ritchie *et al.* (2004), desde o final de 1990, que a análise de conteúdo tem sido cada vez mais utilizada em estudos de caso sobre o turismo, sobretudo em investigações de imagem e representação, mas também em questões relacionadas com políticas no setor do turismo, sendo geralmente combinado com outro método de pesquisa. Para Jupp (2006), a análise de conteúdo é uma ferramenta útil e importante de análise documental, oferecendo métodos objetivos e rigorosos para investigar significados sociais. Já Quivy (2008) refere que a análise de conteúdo, incide sobre mensagens tão variadas como obras literárias, artigos de jornais, documentos oficiais, programas audiovisuais, declarações políticas, atas de reuniões ou relatórios de entrevistas pouco diretas. A escolha dos termos utilizados pelo locutor, a sua frequência e o seu modo de disposição, a construção do “discurso” e o seu desenvolvimento, são fontes de informações a partir das quais o investigador tenta construir um conhecimento.

Nesta investigação, no que concerne à recolha de dados quantitativos, através da aplicação de um questionário envolveu um tratamento estatístico simples, essencialmente descritivo, sendo que a apresentação dos dados foi feita, através da construção de gráficos que procurassem ilustrar de forma mais objetiva e eficaz os resultados (Quivy, 2008).

Por outro lado, a análise dos dados recolhidos a partir das entrevistas, foram examinados numa dimensão descritiva, de forma a conciliar a descrição e a interpretação para facultar uma leitura do real, bem como reconfigurar o material de acordo com os objetivos da investigação (Esteves, 2010). Igualmente, na análise dos guias turísticos, procedeu-se a uma análise de conteúdo de tipo descritivo das informações recolhidas, sendo que a interpretação dos resultados correspondeu à procura de respostas para as questões em investigação.

Em suma, foram utilizados uma série de instrumentos como forma de recolha de informação, todos com um objetivo muito específico e claro, tendo sempre em vista o

enriquecimento do próprio conhecimento e, acima de tudo, a preocupação em garantir o máximo rigor e o aprofundamento possível relativamente à temática a ser desenvolvida no projeto de investigação.

Para finalizar, será importante salientar que o verdadeiro rigor, segundo Quivy, (2008) não é sinónimo de formalismo técnico. Este não recai, essencialmente, sobre os pormenores da aplicação de cada procedimento utilizado, mas na coerência do conjunto do processo de investigação e a exigência na realização de conhecimento científico bem compreendido.

Concluída a apresentação da metodologia da presente investigação, o capítulo que se segue irá mostrar os resultados obtidos na fase empírica do projeto e respetiva análise.

**Cap. IV**

**Análise e Interpretação dos  
Resultados: Diferentes “Olhares”  
sobre a Atratividade da Cidade de  
Lisboa como Destino Turístico no  
Contexto das Políticas Europeias  
de Turismo Urbano**



## 1. Introdução

Em sequência do que foi abordado na presente dissertação, procura-se, então, mostrar a atratividade turística da cidade de Lisboa no contexto das políticas europeias de turismo urbano.

Nesta fase empírica da investigação foram utilizados diferentes instrumentos de recolha de dados, uma vez que foi necessário obter informação de diferentes fontes para, assim, alcançar uma visão mais concreta das questões em estudo. Sendo assim, será imperativo relembrar as questões que orientaram toda esta dissertação: *As políticas da UE em matéria de turismo urbano revelam-se as mais adequadas para dar uma resposta clara às necessidades reais do setor turístico nas cidades? A atratividade turística da cidade de Lisboa pode ser observada sob diversas perspetivas de acordo com os diferentes interesses e agentes?*

Relativamente à análise dos resultados da investigação, foi feita de acordo com os procedimentos apresentados no capítulo referente à Metodologia de Investigação, sendo que a recolha de dados utilizando diversos métodos implicou um tratamento adequado à natureza dos mesmos. Neste sentido, apresentam-se os dados recolhidos para análise e interpretação. Os primeiros dizem respeito às entrevistas realizadas a alguns especialistas, que têm acompanhado as mudanças relacionadas com a temática em estudo. Num segundo ponto são analisados e interpretados os resultados recolhidos por questionário, junto dos turistas que participaram na investigação. Por fim, segue-se a análise de conteúdo descritiva dos guias turísticos.

Posto isto, os dados empíricos vão ser analisados, no sentido de responder às questões, segundo os vários “olhares”.

## 2. Os especialistas

Neste ponto da dissertação foram entrevistados três especialistas, selecionados de acordo com a sua importância e papel desempenhado no turismo urbano, bem como face à disponibilidade manifestada em contribuir para esta investigação. As entrevistas foram realizadas em locais escolhidos pelos especialistas, foram gravadas e focaram-se em três temáticas principais, apresentados anteriormente no guião da entrevista. O primeiro centrava-se em Lisboa como destino turístico, o segundo apelava para uma reflexão sobre as políticas europeias de turismo urbano, por fim, o terceiro assunto recaía sobre a abordagem da atratividade turística de Lisboa. Estes três assuntos corresponderam às dimensões de análise das entrevistas, onde a definição das categorias de análise basearam-se nos próprios objetivos da investigação e no discurso expresso nas entrevistas que permitiram compreender, de forma mais eficaz, os pontos de concordância e discordância de opiniões, atitudes e acontecimentos significativos, e a elaboração de um texto interpretativo dos resultados obtidos.

Apresenta-se de seguida o quadro do guião das entrevistas, com as respetivas categorias de análise:

**Quadro 5** – Guião da entrevista aos especialistas (categorias de análise)

<b>Dimensões de análise</b>	<b>Categorias de análise</b>
Lisboa como destino turístico	Motivação dos turistas para visitar a cidade de Lisboa
	As atrações turísticas da cidade de Lisboa que contribuem para sua afirmação turística
	Elementos diferenciadores em relação a outras cidades
Políticas europeias de turismo urbano	Contribuição das políticas europeias urbanas e de turismo para a valorização do turismo na cidade de Lisboa
	Evolução das políticas e estratégias promovidas para o turismo de Lisboa
	Políticas urbanas com mais impacto junto dos turistas
A atratividade turística da cidade de Lisboa	Projetos e atividades atuais com o objetivo de aumentar a visibilidade e a atratividade turística da cidade de Lisboa
	Aspetos a melhorar para aumentar a atratividade da cidade



## 2.1. Lisboa com destino turístico

Apresenta-se, de seguida, as ideias principais que foi possível recolher após a análise das entrevistas.

### ***Categoria: Motivação dos turistas para visitar a cidade de Lisboa***

Os motivos que levam os turistas a visitar a cidade de Lisboa são, sobretudo aspetos relacionados com a beleza da cidade que é muito diferente das cidades Mediterrâneas e do Norte da Europa. A cidade de Lisboa tem um património histórico extremamente relevante, um ambiente urbano muito agradável e possui a capacidade de conseguir tirar partido da sua posição geográfica. O clima é igualmente um fator bastante atrativo, pois é muito agradável durante o ano inteiro, melhor do que qualquer clima das restantes cidades europeias. Um outro aspeto importante é que a cidade teve a capacidade de desenvolver as suas ligações aéreas, tornando-se um destino das “férias curtas de fim-de-semana”, não se perdendo demasiado tempo em deslocações. Seguidamente, a questão dos preços que são claramente mais baixos que na maior parte dos destinos europeus ou mesmo não europeus equiparáveis e ainda a questão da gastronomia, onde nos últimos tempos tem existido uma política de promoção da qualidade e aposta nos produtos genuínos. O facto da dieta mediterrânica ter sido classificada como património da humanidade, não sendo uma política europeia relacionada com o turismo, terá tido um impacte extremamente importante na escolha destes destinos.

Não descurando, também, que Lisboa é a capital de um país da UE e nos últimos anos conseguiu, através da Capital Europeia da Cultura e, mais tarde, com a Expo 98, desenvolver-se de forma significativa, do ponto de vista dos recursos, das atrações e numa dimensão que já era própria, mas conseguiu perpassa-la melhor, a sua capacidade de “bem receber”. No fundo, todos estes fatores acabam por de uma forma coordenada, tornar Lisboa uma cidade atrativa.

Tais ideias expressam-se em afirmações como:

“...Lisboa é um destino inegavelmente atrativo, tem de o ser, senão as pessoas não vêm...”

“...Muitos turistas vêm a Lisboa, pois sabem que têm uma vida no espaço público muito diferente do que se encontra na maior parte das cidades...”

***Categoria: As atrações turísticas da cidade de Lisboa que contribuem para sua afirmação turística***

Um dos principais atrativos é o tecido urbano da cidade de Lisboa, com características muito particulares que permite às pessoas disfrutar da cidade, só o passear pelas ruas e usufruir das vistas é algo atrativo e interessante. A gastronomia, o contato com a autenticidade dos locais, bem como segurança e a afabilidade dos residentes que nunca tratam os turistas como “invasores do território”, são igualmente fatores atrativos.

Do ponto de vista do património, existe um património urbanístico que é importante, relacionado com a forma da cidade e dos edifícios, mas também existe um património histórico e cultural muito pertinente, com museus, monumentos e centros de exposição de referência com uma curta distância entre eles, o que torna possível aos turistas que vêm fazer um ‘*short break*’, conhecer uma série de realidades num reduzido espaço de tempo, ou seja, será importante valorizar a dimensão e a escala da cidade, pois são aspetos marcantes.

Em termos de monumentos e lugares, os mais excecionais são a Torre de Belém, o Mosteiro dos Jerónimos, o Castelo de São Jorge, o Museu dos Coches, o Oceanário e o Centro Cultural de Belém. No entanto, a cidade de Lisboa tem um património único que não está devidamente explorado, nomeadamente o Aqueduto das Águas Livres, algumas igrejas relacionadas com o património religioso e o Museu do Azulejo, que corresponde a um dos museus mais interessantes, não sendo ainda muito valorizado do ponto de vista turístico.

Na realidade, existem 3 eixos – o “Centro histórico”, um dos elementos mais atrativos para os turistas, com todos os bairros históricos. Existe uma dimensão cultural, o eixo Belém-Ajuda é uma centralidade muito importante, onde se concentram equipamentos culturais de grande potencial e, finalmente, um eixo mais lúdico, associado a todo o desenvolvimento da área da EXPO, corresponde a um terceiro e grande pilar de atração, misturando a qualidade de vida na cidade, com a dimensão cultural e moderna, acabando por se complementarem.

Recentemente existem alguns novos atrativos, designadamente, os congressos que constitui um segmento relevante e as compras que se têm desenvolvido com alguma rapidez, por causa da questão do preço, visto a oferta de produtos ser semelhante noutros locais e com preços mais acessíveis. Estes aspetos aparecem patenteados em afirmações como:

“...O próprio “respirar o ar”, o contato com a autenticidade dos sítios, são coisas cada vez mais importante para quem faz turismo, especialmente em cidades...”

“...Não tem sido difícil convencer os residentes a tratar bem quem nos visita, porque faz parte de nós, ao contrário de outros locais...”

### ***Elementos diferenciadores em relação a outras cidades***

Segundo os entrevistados, um dos elementos diferenciadores é a escala de Lisboa, pois é uma cidade suficientemente grande para ser cosmopolita, mas razoavelmente pequena para ser confortável. Possui um centro histórico com características muito particulares, decorrentes da escala e do próprio desenho urbano da cidade, conferindo-lhe uma especificidade distinta. Prosseguem com o clima, a segurança, a hospitalidade das pessoas, a gastronomia, a relação qualidade-preço e uma oferta de alojamento turístico que se qualificou em termos globais. Um outro aspeto é “a luz de Lisboa”, decorrente do facto de a cidade estar á beira de um espelho de água, ganha uma luminosidade diferente.

Na verdade, individualmente não é possível marcar a diferença, mas Lisboa tem a capacidade de ser muito diversa e, é precisamente, com o conjunto de todos os elementos que compõem a oferta que se distingue e se torna fortíssima. Estes serão os principais elementos, claramente diferenciadores das demais. Estas ideias aparecem expressas da seguinte forma:

“...Não é uma cidade onde as pessoas se fartam de andar e nunca se apercebem da forma da cidade, há sempre um ponto onde se pode ir e perceber a forma da cidade...”

“...A procura não é massificada, as pessoas têm interesses próprios e é muito importante existirem pontos de contato que permitam às pessoas satisfazer a sua motivação...”

Em relação à questão de Lisboa atualmente “estar na moda”, para os especialistas entrevistados parece claro que, este é um termo vulgarmente utilizado, mas pode ser bastante controverso, pois indica efemeridade. O crescimento de Lisboa não têm sido momentâneo, é o resultado de um processo de desenvolvimento que já tem alguns anos, dum conjunto de investimentos muito alargados do ponto de vista da reabilitação urbana, da melhoria das atrações, da oferta hoteleira e de intenções de trabalho de um conjunto de atores que foram ocorrendo de uma forma consistente. No entanto, não existem dúvidas que os meios de comunicação e a opinião pública estão claramente a contribuir para a

divulgação de Lisboa, colocando-a sob os holofotes, dado que Lisboa permite às pessoas ter algo de exótico e de diferente com a vantagem de estarem na Europa.

Tal ideia aparece expressa em afirmações como:

“...O que estamos a ver agora, mais do que “moda” é o que começam a ser resultados de um trabalho consistente...”

“...O trabalho de colocar Lisboa no mapa e de a manter com visibilidade dá muito trabalho e, quando isso acontece, diz-se que se está “na moda”...”

## 2.2. Políticas europeias de turismo urbano

### ***Contribuição das políticas europeias urbanas e de turismo para a valorização do turismo na cidade de Lisboa***

Existem duas políticas europeias comunitárias que têm um impacto do ponto de vista da atratividade das cidades e, de Lisboa, em particular - a política regional da UE e a política de turismo da UE.

A abordagem da política regional da UE tem sido no sentido de disseminar um conjunto de atividades económicas pelas diversas regiões europeias e, em específico, a atividade turística, tem sido um dos vetores na política regional que esta sempre presente e que pode ser comprovado observando os quadros comunitários de apoio e as verbas que são nessa medida conseguidas para financiamento de domínios como marketing territorial e, portanto, numa perspetiva de promoção da atratividade da região em termos globais. Na realidade, permitiu trazer de Bruxelas, para as regiões, um conjunto muito alargado de fontes de financiamento comunitária que permite o desenvolvimento de atrações, o desenvolvimento de um conjunto de recursos e de produtos que podem ser consumidos pelos turistas o que acaba por melhorar a atratividade das cidades.

No caso concreto de Lisboa é mais complicado, pois desde há dois quadros comunitários de apoio, deixou de ser região objetivo I, portanto beneficia muito menos, em termos relativos, das verbas comunitárias do que outras regiões ou quando tinha uma área de influência um pouco maior, abrangendo áreas do país que eram ilegíveis por Fundos de Coesão, chegando a ter projetos que foram apoiados pela UE no antigo Quadro de Referência Estratégica Nacional (QREN). No entanto, esta situação para Lisboa não será um aspeto crítico.

Relativamente á política de turismo, a primeira vez que se abordou esta temática em Bruxelas, foi no ano 2000, durante a Presidência Portuguesa. Portugal forçou uma Conferência da CE, especificamente dedicada ao setor do turismo, alertando para a atividade turística, acabando por ter implicações. Desde esse acontecimento, Bruxelas tem tido uma atenção muito maior em relação às matérias do turismo, inclusive em 2007, foi criada uma agenda para a sustentabilidade e crescimento do turismo na Europa, tendo pelo menos mais duas comunicações sobre este tópico.

Existem ainda as políticas relacionadas com *Schengen* que permitem a livre circulação desburocratizada dos turistas na Europa, mesmo não tendo nenhuma relação com o turismo, contribui muito para o crescimento do mesmo em Lisboa. Na verdade, se tivermos em conta a entrada no mercado de um novo conjunto de operadores na área do transporte aéreo, as *Low cost Airlines*, significa que foram criadas duas grandes condições para a verdadeira circulação de pessoas e o aumento de fluxos de turistas.

É importante ter em conta que o turismo é um fenómeno essencialmente regional e local, desta forma quem exerce políticas são as autoridades locais. A nível europeu, como já foi referido anteriormente, a CE tem feito um esforço, no sentido de dar uma imagem da Europa como um destino, sendo que essa atenção se intensificou devido à crise que se faz sentir, pois o turismo tem a capacidade de se desenvolver mesmo em períodos críticos, ainda assim será necessário uma atenção muito maior, por parte da UE, em relação a esta temática.

Em síntese, ao nível das orientações de política europeia para o turismo, não existe um quadro europeu específico, ainda que existam fundos comunitários disponíveis para projetos onde o turismo está incluído. Existe cooperação transfronteiriça, Lisboa funciona muito em rede com outras cidades europeias, trocando informações e fazendo projetos em conjunto. Neste momento, está em curso um projeto que consiste em criar uma rede de locais de referência onde tenham ocorrido batalhas navais, principalmente locais ligados á marinha militar na Europa. Em termos de legislações e de práticas, a UE não se tem imiscuído muito, até porque as cidades são muito específicas e com características próprias. As legislações são nacionais e foram criadas há bastante tempo, existe comparação internacional quando se intervém, muda, ou se desenvolve a lei. No entanto, o turismo não é estanque e relaciona-se com uma série de outras atividades, onde existem normas que tem de ser respeitadas e existiram obrigações que emanam da UE.

Alguns dos exemplos práticos que estão em curso neste momento em Lisboa, são a construção do novo terminal de paquetes, na área do Terreiro do Paço, que está a ser

construído com fundos comunitários. Mesmo não vindo de um programa de turismo, evidentemente irá ter um impacto muito importante na requalificação do turismo na cidade de Lisboa. Na verdade, tudo o que são políticas de requalificação urbana que respeitam a identidade e a diferença acabam por valorizar o turismo. Assim sendo, existem inúmeros investimentos provenientes de políticas europeias que não são necessariamente investimentos originários de fundos relacionados com o turismo, mas que têm uma contribuição muito importante para este setor.

Estas reflexões aparecem expressas em afirmações como:

“...No fundo, penso que a política comunitária esta a incitar os Estados-membros a apostar no turismo como veículo...”

“...Cada cidade é uma cidade e tem especificidades próprias, problemas próprios, portanto soluções próprias, evidentemente que se faz sempre uma comparação para ver como outras cidades resolveram problemas semelhantes ou evitar certos erros, mas é sempre uma análise própria...”

“...Tudo o que tem sido feito na cidade de Lisboa e que tem permitido assegurar a sua identidade, ou seja, aquilo que é diferente em relação às outras cidades, são sempre investimentos que contribuem para a valorização turística da cidade...”

### ***Evolução das políticas e estratégias promovidas para o turismo de Lisboa***

De acordo com os especialistas, só existem estratégias e políticas para o turismo de Lisboa nos últimos anos, pois até há 15 anos não se tinha a ideia de que Lisboa podia transformar-se num destino turístico. Ao contrário de algumas outras regiões do país, Lisboa levou muito a sério o processo de desenvolvimento turístico.

Existem dois momentos que marcaram todo este processo e influenciaram o que atualmente se pratica, ao nível de políticas e estratégias para o turismo de Lisboa: a decisão de realizar uma exposição universal em 98, na medida em que teve o efeito de aumentar a oferta de camas na cidade de Lisboa para esse evento, tornando necessário pensar numa estratégia para que as pessoas continuassem a vir depois do evento, e a criação da ATL, pois foi a formalização do objetivo de Lisboa crescer do ponto de vista do turismo e de promover Lisboa internacionalmente como destino turístico. A formação de uma agência, exclusivamente, dedicada à dinamização turística da cidade de Lisboa foi uma boa aposta e o facto de o ter feito de uma maneira que, também, era na altura pouco comum, associando o setor público e o setor privado, foi muito importante para poder ter foco e dimensão do ponto de vista do desenvolvimento. Aquilo que Lisboa conseguiu fazer de uma forma

inteligente foi ser consistente no sentido do desenvolvimento, quer de recursos, quer da intensificação da política de promoção, acabando por andarem em paralelo.

Estas situações contribuíram para que nos últimos 15 anos, a linha de orientação seguida tenha sido praticamente a mesma, independente dos políticos, obviamente que evoluiu bastante e a evolução foi claramente positiva, mas foi fundamental em termos de política, o acordo em seguir as mesmas diretrizes.

Esta ideia aparece expressa em afirmações como:

“...O Turismo de Lisboa funciona sempre com Planos Estratégicos, portanto de 5 em 5 anos refletimos e rediregimos o que é necessário redirigir, desenvolvemos sobre o que já foi desenvolvido, mas sempre com a mesma linha de orientação...”

“...Lisboa está a competir com as maiores cidades da Europa do ponto de vista da atração turística. Não somos Paris, não seremos a primeira divisão, mas estaremos seguramente no grupo da segunda divisão de grandes cidades europeias...”

### ***Políticas urbanas com mais impacto junto dos turistas***

Uma das políticas urbanas com mais impacto junto dos turistas foi, sem dúvida, a criação da Expo 98, não sendo construída com um objetivo turístico, reabilitou toda uma área que necessitava, ganhando novos equipamentos. Foi a criação dum novo espaço, um novo atrativo, sendo claramente, uma política de desenvolvimento urbano que permitiu ao turismo desenvolver-se por outras vias. Na área de Belém e da Baixa, também teve influência, tendo mais frequência turística que o Parque das Nações. Trouxe uma outra dinâmica, foi o revelar internacionalmente que Lisboa é um dos melhores destinos no mundo a realizar congressos e reuniões, mudando mentalidades, significando assim uma alteração de paradigma da perspetiva da cidade de Lisboa.

Por outro lado, o Turismo de Lisboa tem sido importante para a reabilitação urbana, ainda que, por vezes, se questione se não será de forma exagerada, na medida em que fazem reabilitação para receber turistas e não o fazem para atrair de novo as pessoas ao centro da cidade, mas a ideia é que uma situação conduza à outra, pois no dia em que Lisboa perder a sua autenticidade, perderá os seus visitantes. Na verdade, a reabilitação e a requalificação urbana é uma necessidade da cidade que acaba por ter repercussões na atratividade turística. Atualmente, muitos dos investimentos feitos na reabilitação urbana, estão a ser adaptados para a oferta turística, havendo quase uma ligação umbilical entre as

duas matérias. Portanto, de todas as iniciativas estas serão as mais importantes, pois promovem uma cidade de qualidade, o que é bom para quem reside e para quem visita.

### 2.3. A atratividade turística da cidade de Lisboa

#### *Projetos e atividades atuais com o objetivo de aumentar a visibilidade e a atratividade turística da cidade de Lisboa*

No que se refere aos projetos e às atividades atuais com o objetivo de aumentar a visibilidade e a atratividade turística da cidade de Lisboa foram reveladas as seguintes que se procuram sintetizar:

- A reabilitação do Terreiro do Paço que irá ser complementada com a do Cais do Sodré, visto a ideia inicial ser a recuperação de toda a baixa ribeirinha, desde Santa Apolónia até ao Cais do Sodré. A questão do Terreiro do Paço já está concretizada, sendo que a Ribeira das Naus, com um ajardinado e núcleo histórico está a Câmara de Lisboa a terminar.
- A recuperação do Campo das Cebolas até Santa Apolónia é importante, devido à construção do Terminal de Cruzeiros que irá abrir no final do ano de 2016. Vai aumentar a visibilidade e a atratividade turística da cidade de Lisboa, trazendo 500 mil pessoas por ano para visitar Lisboa num período de 8 horas.
- Está previsto um núcleo do Museu dos Descobrimentos no Campo das Cebolas. Este projeto irá avançar em breve.
- Na Estação Sul e Sueste, existe um projeto, em consequência da construção do Terminal de Cruzeiros. Irá ser uma espécie de central de circuitos turísticos com um cais para as pessoas fazerem passeios de barco.
- Para Belém, a ideia é articular as visitas aos inúmeros museus que existem, criando um único ponto de venda. O aspeto da sinalização também terá de ser melhorada. O Turismo de Lisboa pretende criar uma marca dos museus de Lisboa, dado que é a área de maior concentração, podendo ser tratado como um único produto cultural e homogéneo.
- A criação de acessos à colina do Castelo, já está em curso e é responsabilidade da Câmara de Lisboa.



- O Turismo de Lisboa tinha um projeto que para já ficou sem efeito, mas seria a criação de um novo centro de congressos, era muito importante, pois Portugal está a perder alguma competitividade.
- Irá ser desenvolvida uma nova micro-centralidade - a Avenida da Liberdade, por causa do segmento das compras e, ainda, irá subdividir o “Centro histórico”.
- Por fim, o Governo estava já há alguns anos a desenvolver um projeto que terminou recentemente, - a construção do Museu dos Coches. Será uma âncora, pois já era um importante Museu, o maior da Europa, em matéria de Coches e um forte elemento da nossa oferta cultural. Irá ter um papel marcante se for devidamente promovido, quase de *flagship project* para atrair pessoas, dado que tem todo o potencial.

Relativamente às grandes orientações do Tlx a ideia é aprofundar o conceito de Região, visto Lisboa não ser somente a cidade, mas toda a região, ou seja uma série de outras ofertas que estão disponíveis e que contribuem para enriquecer o destino e fomentam uma estadia maior e o regresso. Foram criadas novas micro-centralidades, o Arco do Tejo e a Arrábida, o objetivo é desenvolver os 5 pólos e a relação entre eles, evitando que no futuro existam grandes aglomerados no Centro de Lisboa. Em síntese, a lógica é espalhar para a Região, criando novos atrativos, dispersando o benefício e focar no turismo de natureza.

Estas reflexões são feitas da seguinte forma:

“...O turismo urbano na cidade de Lisboa é um tipo de turismo que congrega vários tipos de turismo, um tradicional que todas as cidades têm de *city break* ‘puro e duro’, um outro domínio muitíssimo forte, o turismo de negócios e, finalmente, um terceiro vetor, o turismo de cruzeiros...”

“...Existe um desafio para Lisboa a seguir, para quem pensa território e políticas – fazer perceber-se internacionalmente não como Lisboa limites territoriais, mas como região de Lisboa...”

“...Lisboa mistura muita coisa e essa mistura é fortíssima, porque os outros são menos diversificados e nós combinando essa diversidade. Somos fortes!...”

### ***Aspetos a melhorar para aumentar a atratividade da cidade***

Existem sempre muitos aspetos a melhorar, nomeadamente, no domínio das atrações, na melhoria dos serviços que se prestam, nas ligações aéreas a outros destinos e na promoção. Este é um trabalho que nunca pode parar, pois a concorrência é cada vez maior, assim sendo é essencial monitorizá-la e perceber o que é necessário fazer em cada

momento. No entanto, o que poderia melhorar a atratividade turística da cidade de Lisboa seria ter mais residentes na própria cidade, onde os turistas também circulam, mantê-lo-ia “viva” e tornava-a mais atrativa do ponto de vista turístico.

A outra questão é o modo como a informação circula, esta poderia ser mais eficiente se fosse produzida em tempo real, ou seja, não seria uma aposta na publicidade de *outdoors*, como a que passa na televisão e nos meios de comunicação, mas sim na divulgação da informação das oportunidades que há em vir visitar Lisboa num curto espaço de tempo, pois esta é uma área de consumo muito impulsiva. Desta forma, a promoção do turismo de Lisboa seria feita com base em informação no momento, utilizando a internet e os órgãos de comunicação digitais, fazendo uma promoção direta. Ainda assim é de reforçar que as estratégias de marketing têm sido bem executadas nos últimos anos. Portanto, a ideia é manter a visibilidade e consolidar a promoção, visto a imagem de Lisboa já se encontrar bastante trabalhada.

Em termos mais práticos, seria construir o centro de congressos; terminar o eixo de Santa Apolónia até ao Cais do Sodré; unificar e criar a “marca” na área de Belém; criar uma ligação entre o Marquês de Pombal e o palácio do Marquês de Pombal em Oeiras, desenvolvendo um tema; o arco do Tejo, com o desenvolvimento de atividades náuticas, preservando os barcos tradicionais, dando condições para se tornar uma atividade realmente lucrativa e, como tal, subsista; o desenvolvimento do turismo de natureza, do enoturismo, do segmento “sol e mar” e do turismo médico.

Tais recomendações aparecem expressas em afirmações como:

“...Eu penso que Lisboa não deve transformar-se numa espécie de “parque de atrações”, onde vêm muitos turistas e não há pessoas...”

“...Existem poucos segredos. Nas outras cidades, a forma de fazer promoção é muito semelhante, depois o que ressalta é a atratividade que cada um dos destinos tem, bem como as ligações aéreas...”

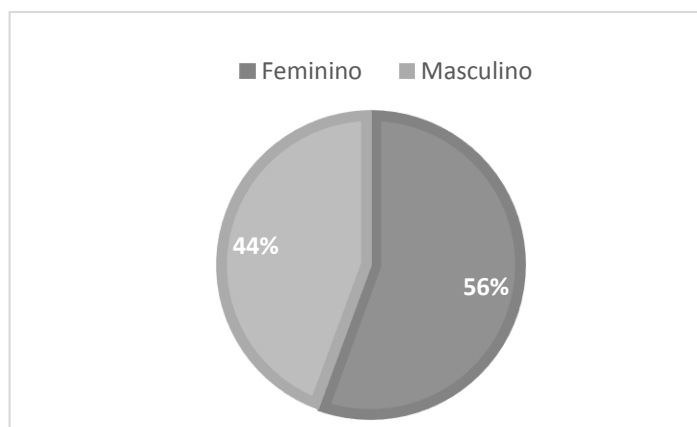
Como foi possível verificar, as entrevistas realizadas suscitaram alguns pontos de reflexão, por isso foi procurado sistematizar a informação recolhida juntos dos especialistas, procedendo-se a uma análise interpretativa dos resultados obtidos. Terminada a sua análise, irá ser apresentada de seguida uma outra dimensão e perspetiva sobre a temática em estudo.

### 3. Os turistas

Esta parte da investigação tem como finalidade, compreender numa visão atualizada, as motivações, as representações e a avaliação dos turistas sobre o destino Lisboa; comparar a perspetiva dos turistas com outras perspetivas acerca da cidade turística; compreender até que ponto a visão dos turistas entrevistados se aproxima, ou não, daquilo que indicam as estatísticas referidas em capítulos anteriores, sobre a evolução do turismo em Lisboa.

O objetivo foi o de incluir neste estudo, a visão dos atuais turistas, numa perspetiva exploratória, mais do que procurando chegar a conclusões generalizáveis, uma vez que já foi efetuado um levantamento sistemático de informação semelhante (ATL), razão pela qual este exercício é apenas considerado como de “aproximação” e de atualização do conhecimento já existente.

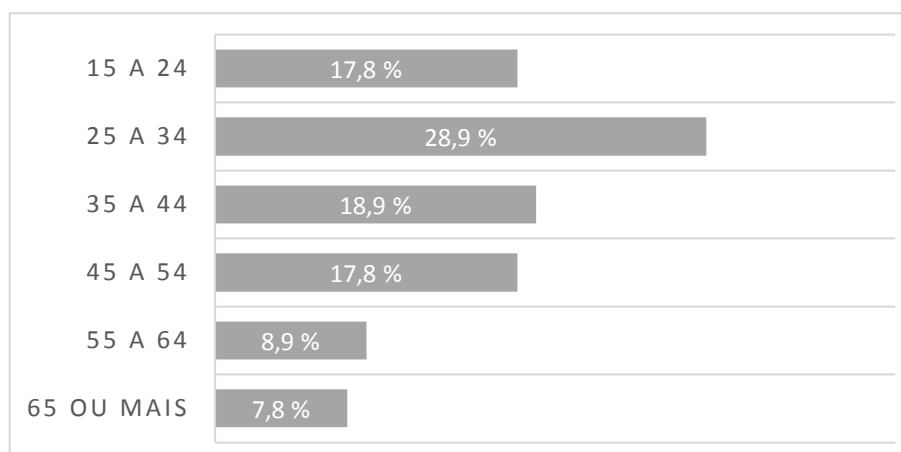
#### 3.1. Características dos inquiridos e das viagens



**Figura 12** – Género dos inquiridos

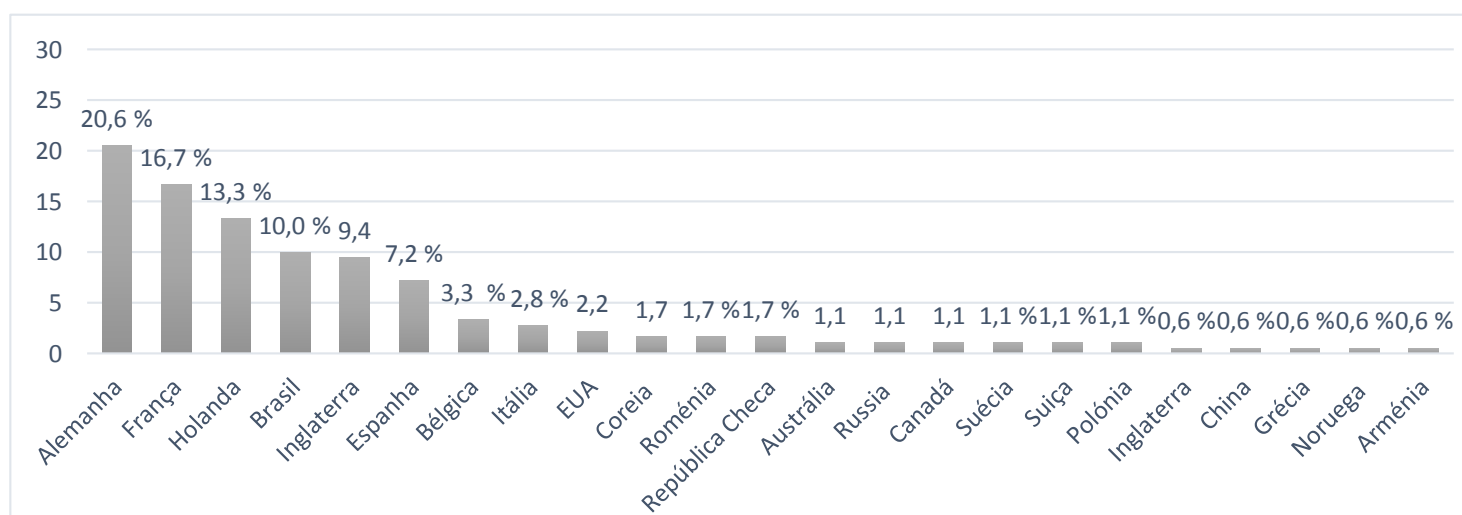
A figura 12, relativa ao género dos inquiridos, permite verificar que existe uma clara representação de indivíduos do género feminino na amostra, com 56%, em relação os 44% de indivíduos do género masculino.

Relembrando o que indicam as estatísticas, no ‘inquérito às actividades dos turistas e informação’ (2013), na amostra de inquiridos existe uma ligeira predominância do género feminino, tanto no global da Região como na Cidade de Lisboa. Em contrapartida, no ‘inquérito de satisfação e imagem’ (2013) e no ‘inquérito motivacional’ (2013), existe uma ligeira preponderância do género masculino, sendo esta um pouco maior no caso da amostra exclusiva para a cidade de Lisboa.



**Figura 13** – Idade dos inquiridos

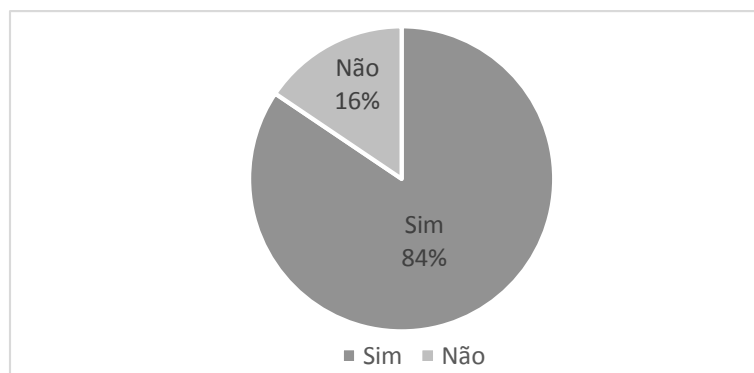
Relativamente à idade dos inquiridos no total da amostra (Fig.13), 28,9% dos turistas que realizam viagens a Lisboa estão inseridos na faixa-etária entre os 25 e os 34, seguidos dos jovens entre os 35 e os 44 anos (18,9 %) e, imediatamente a seguir, as idades compreendidas entre os 15 a 24 e os 45 a 54, ambas com 17,8%. Estes dados vão de encontro ao estudo realizado por THR (2006) que refere que o perfil dos consumidores europeus, ainda que demasiado específico em termos de origens, é constituído por elementos com mais de 25 anos. Em termos estatísticos, os últimos inquéritos realizados pela ATL, confirmam o predomínio, sobretudo de jovens entre os 35 e 54 anos, seguidos dos menores de 35 anos e os maiores de 54 anos.



**Figura 14** – Nacionalidade dos inquiridos

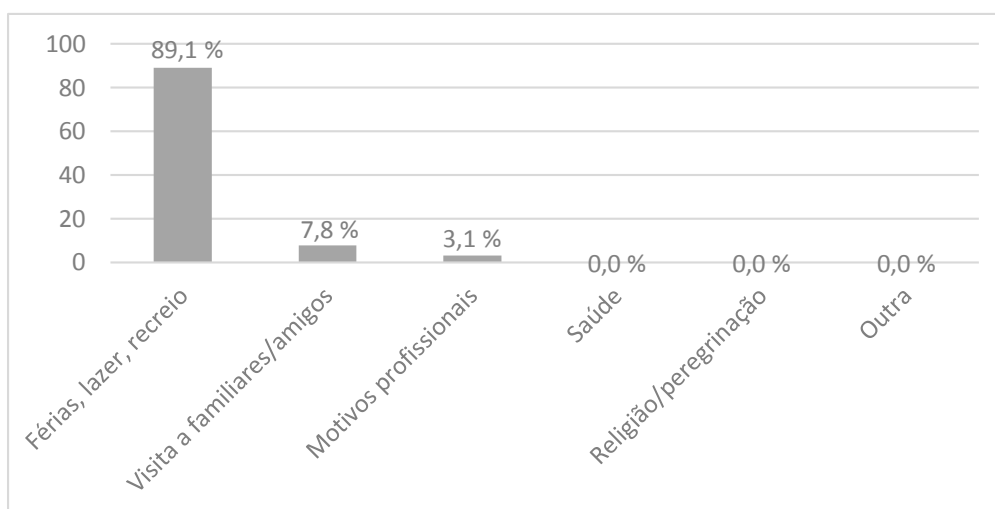
No que se refere ao país de origem dos inquiridos (Fig.14) é possível concluir que os turistas que chegam a Lisboa são maioritariamente europeus, destacando-se a Alemanha, a França e a Holanda. Já segundo o estudo da THR (2006) e Azevedo (2011) tinham

afirmado que, relativamente aos turistas que realizam viagens de *city breaks* a Lisboa, são maioritariamente originários da Alemanha, Benelux, Espanha, França, Itália e Reino Unido.



**Figura 15** – Primeira visita a Lisboa?

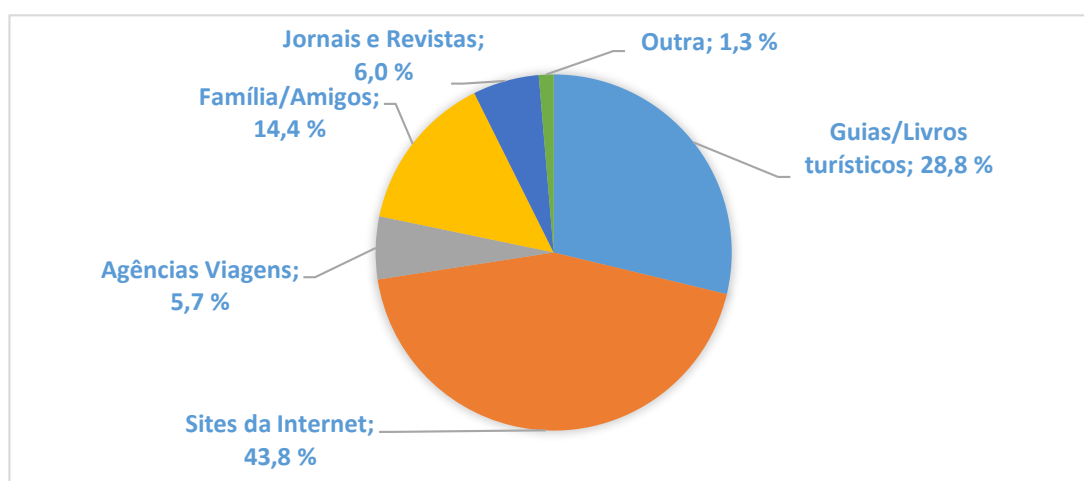
Em relação ao facto se os inquiridos estavam pela primeira vez em Lisboa (Fig.15), 84% respondeu afirmativamente. No mês de Maio (em anexo), a maioria dos turistas estava a ter o seu primeiro contato com Lisboa. No entanto, parece existir uma maior proporção de “repeat visitors” durante a temporada baixa (ver em anexo), o que pode indicar uma clientela mais fidelizada fora da época alta do turismo em Lisboa. Porém, no inquérito realizado para a ATL (2013), 44,7% dos inquiridos estavam de visita à Cidade de Lisboa pela primeira vez, enquanto no ‘inquérito de satisfação e imagem’ (2013) e no ‘inquérito motivacional’ (2013), a maior parte dos turistas já tinham tido contato com a cidade de Lisboa anteriormente.



**Figura 16** – Motivos da visita

Ao observar a figura 16 (e anexos), referente ao motivo da visita, consegue-se compreender claramente que as principais motivações consistem em realizar férias, lazer,

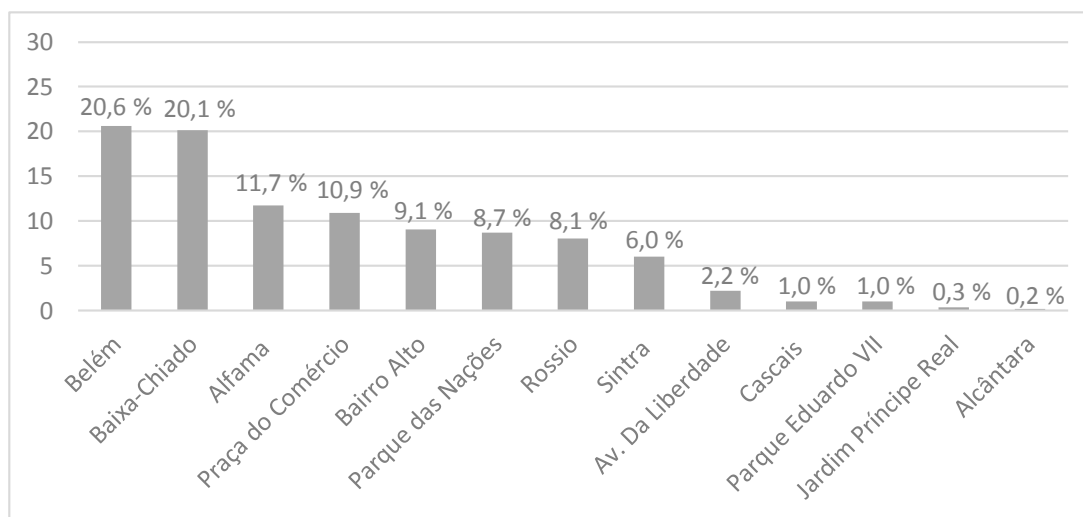
recreio. Ainda assim, existe uma pequena percentagem para a visita a familiares e amigos. Novamente é possível confirmar e comparar esta informação obtida através dos inquéritos com a informação bibliográfica recolhida, pois o estudo de THR (2006) afirma que, a motivação principal para o turismo consiste em conhecer uma cidade e as suas atrações monumentais, arquitetónicas, entre outras. Acrescenta ainda que o principal destino em Portugal é Lisboa, devido a inúmeros fatores, tais como: boa acessibilidade, um conjunto mínimo de atrações turísticas com capacidade para atrair visitantes, uma oferta de alojamento adequada, quantitativa e qualitativamente, boas condições de mobilidade e transporte interno e níveis básicos de segurança. Ainda no ‘inquérito Motivacional’ (2013), o motivo da visita centra-se fundamentalmente no lazer, seguido dos motivos profissionais, destacando-se ainda a visita a familiares e amigos.



**Figura 17** – Fontes de informação antes da viagem

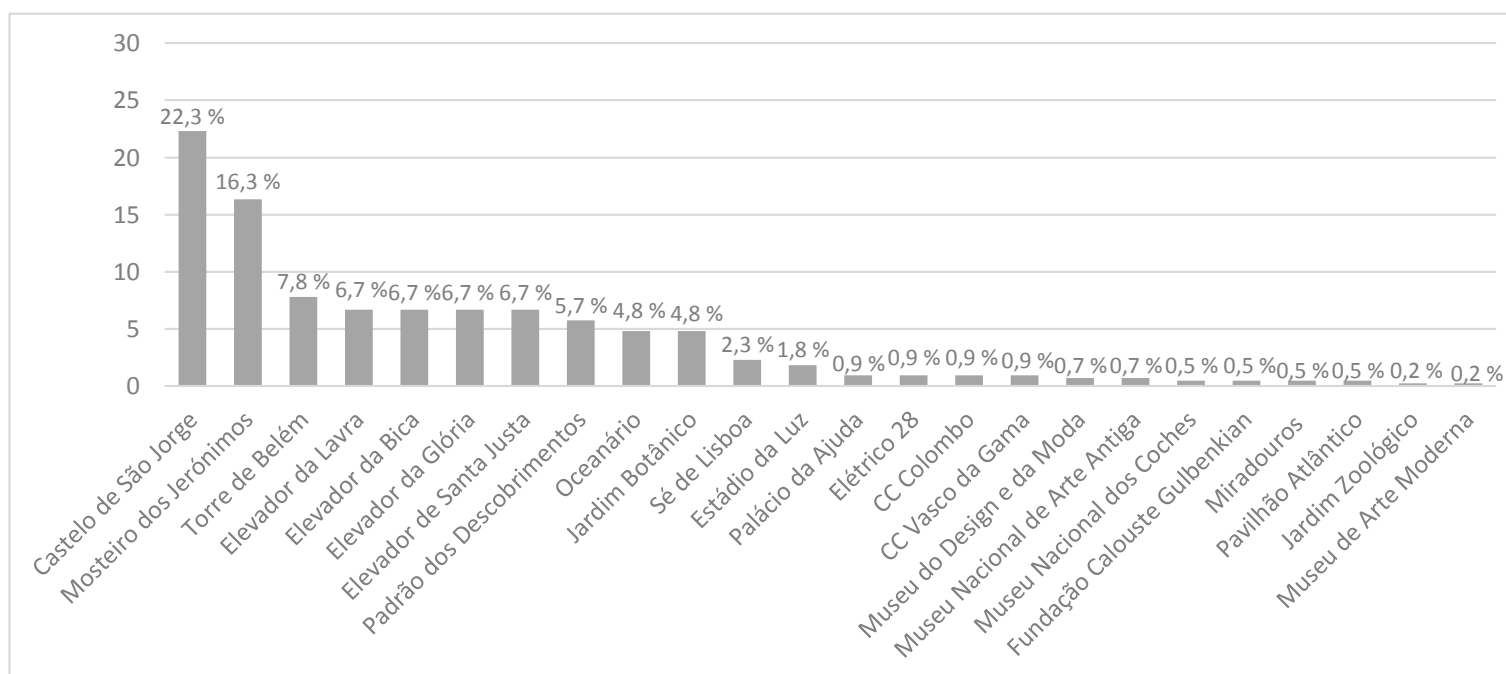
Na figura 17 (e anexos), encontra-se representado os vários meios onde os turistas obtêm a informação necessária para escolher um destino. Atualmente e, segundo os dados dos inquéritos, a maior parte dos turistas conseguem reunir a informação necessária para viajar, através de *sites* da internet e de guias turísticos. No estudo realizado por THR (2006), os turistas recorrem a agências de viagens, recomendação de amigos ou familiares e ainda a operadores turísticos – Internet. De acordo com o ‘inquérito às actividades dos turistas e informação’ (2013), as fontes de informação mais utilizadas são os guias/livros turísticos e o recurso a *sites* de companhias aéreas e de viagens. Curiosamente, o *site* [www.visitlisboa.com](http://www.visitlisboa.com), bem como as redes sociais encontram-se entre os recursos comparativamente menos utilizados, mas são, ainda assim, bastante valorizados pelos seus utilizadores.

### 3.2. Locais e atrações de interesse visitados ou a visitar



**Figura 18** – Locais de interesse visitados ou a visitar

A figura 18 permite constatar que, os locais de interesse mais visitados foram Belém, Baixa-Chiado e Alfama. A nível estatístico, os últimos inquéritos realizados pela ATL, indicam que os locais de interesse mais procurados situam-se nas micro-centralidades “Centro histórico”, Belém e Parque das Nações.



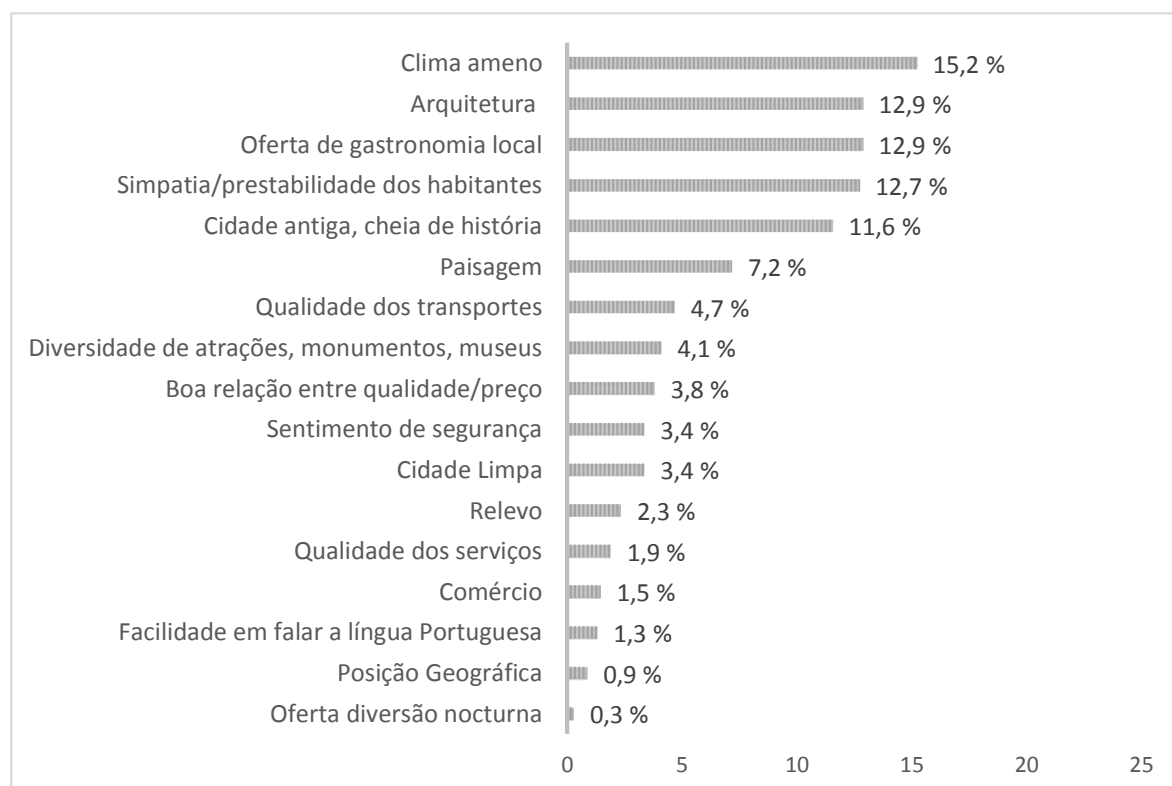
**Figura 19** – Atrações visitadas ou a visitar

Ao analisar a figura 19 é possível observar que as atrações mais visitadas são, sobretudo o Castelo de São Jorge, o Mosteiro dos Jerónimos, a Torre de Belém, os Elevadores da Lavra, Bica, Glória e Santa Justa, o Padrão dos Descobrimentos e o Oceanário. É, ainda, possível concluir que os turistas começam a procurar locais e

monumentos mais modernos (ex: Fundação Calouste Gulbenkian), não se restringindo, assim, somente aos locais e monumentos antigos e tradicionais. Os inquiridos da ATL indicam que em termos de hábitos de comportamento, a visita a monumentos, atrações ou museus é a atividade mais praticada pelos turistas. As principais atrações visitadas situam-se em Lisboa Cidade e na área de Belém: Torre de Belém, Mosteiro dos Jerónimos e Padrão dos Descobrimentos.

Todas estas informações acabam por ir ao encontro do que é referenciado na bibliografia apresentada em capítulos anteriores, onde THR (2006) refere um conjunto de atrações mais relevantes em Lisboa, destacando as relacionadas com a arquitetura Manuelina e os Descobrimentos, a Fundação Calouste Gulbenkian e o Centro Cultural de Belém, os Museus Nacionais dos Coches, de Arte Antiga e do Azulejo, os Bairros Históricos, nomeadamente Alfama, Castelo, Baixa-Chiado e Bairro Alto, o Parque das Nações e o Castelo de São Jorge.

### 3.3. Avaliação do destino Lisboa

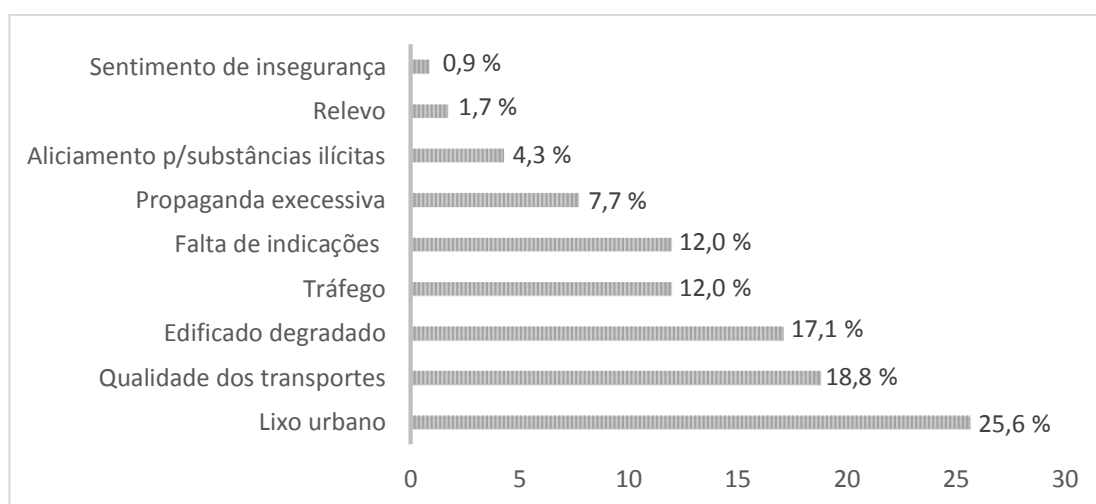


**Figura 20** – Aspectos positivos sobre a cidade de Lisboa

Na figura 20 é possível observar que os inquiridos responderam que Lisboa reúne as condições necessárias para receber os turistas, sendo a sua opinião bastante positiva, justificando as suas respostas com a identificação dos aspetos positivos sobre a cidade de



Lisboa, sendo eles: i) o clima agradável; ii) uma cidade com uma arquitetura atrativa; iii) ampla variedade gastronómica; iv) presenciada com pessoas amáveis e prestáveis; v) uma cidade com um ambiente particularmente antigo e cheia de história. No fundo, todos estes aspetos acabam por confirmar todo o potencial e capacidade atrativa da cidade que tem vindo a ser referida sucessivas vezes ao longo de toda a dissertação, significando que existe ainda uma forte possibilidade destes divulgarem as suas experiências e contribuir desta forma para a projeção internacional da cidade de Lisboa. Estas respostas confirmam ainda os estudos realizados por Ruetsche (2006), THR (2006) e Liccardo (2010), pois estes defendem que as cidades deverão alcançar um elevado desempenho nas características acima mencionadas.

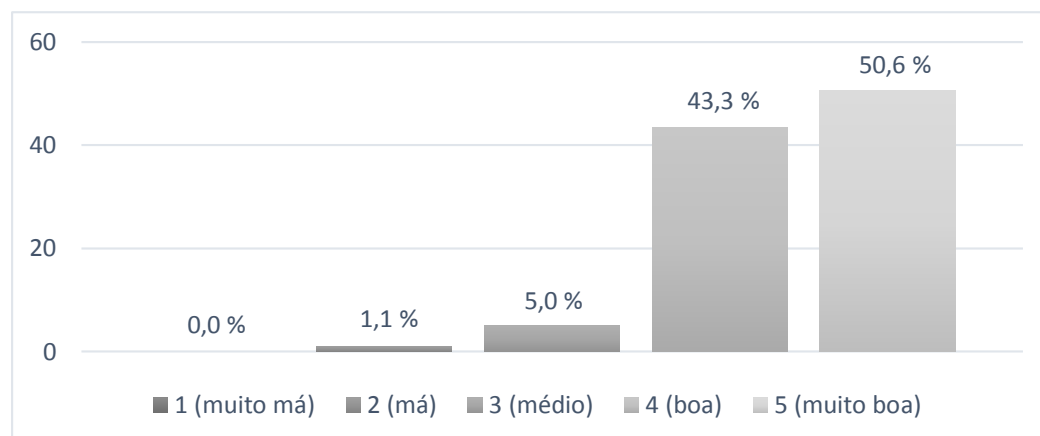


**Figura 21** – Aspetos negativos sobre a cidade de Lisboa

Relativamente aos aspetos negativos, na figura 21 é possível conferir que os inquiridos afirmaram que Lisboa detém lixo urbano, uma fraca qualidade ao nível dos transportes, edificado em mau estado de conservação e um tráfego intenso/confuso, acompanhado de falta de indicações para permitir uma boa estadia dos turistas. Na verdade, de acordo com o THR (2006), nos bairros históricos de Lisboa é frequente encontrar exemplos do património arquitetónico da cidade – praças, estátuas, casas antigas, igrejas – de grande atratividade, mas que apresentam mau estado de conservação, existindo, igualmente, certas debilidades no grau de sofisticação do serviço nos museus e monumentos.

Por fim, no inquérito de satisfação e imagem (2013), os níveis de satisfação foram mais elevados em parâmetros como a qualidade do alojamento, a oferta de gastronomia típica, o clima, a diversão noturna, a simpatia/prestabilidade da população local e a oferta

variada de restaurantes. Por outro lado, os aspetos menos positivos foram a oferta de atrações para crianças e a rede de transportes públicos.



**Figura 22** – Lisboa como destino turístico

Relativamente à classificação (média) atribuída pelos turistas a Lisboa enquanto destino turístico, é possível observar na figura 22 que, no geral, as classificações obtidas foram boas, tendo em conta que a escala da classificação está compreendida entre 1 (muito má) e 5 (muito boa). A maioria dos turistas classificou a cidade de Lisboa como sendo boa (4) ou mesmo muito boa (5) enquanto destino turístico (93,9%).

O ‘inquérito às actividades dos turistas e informação’ (2013) e o ‘inquérito de satisfação e imagem’ (2013) referem que, cerca de três quartos dos turistas veem as suas expectativas superadas com a visita e, mais de metade, assumem que Lisboa foi o seu único destino de viagem. Numa escala de 1 a 10, a avaliação média da visita, em termos globais, recolhe uma nota de 8,28. Em termos da imagem mais forte com que ficam do destino recai, principalmente, na atratividade, na sofisticação e modernidade e nas sensações. Dentro destes conjuntos, os atributos secundários mais referidos são a beleza, um destino vibrante e as características emocionais de um destino agradável e tranquilo. Num segundo nível surge os atributos autenticidade, relevâncias históricas únicas, dimensão humana e a diversidade de experiências.

A perspectiva dos turistas quanto à temática em estudo, foi um contributo interessante que importa refletir, mas de seguida será também apresentado um outro “olhar”, igualmente relevante.

## 4. Os guias turísticos

Referiu-se anteriormente que os guias turísticos são, hoje em dia, uma fonte importante de informação sobre os locais a visitar, nomeadamente os que se encontram disponíveis *online*, precisamente pelos motivos já explicitados em capítulos anteriores. Assim sendo, foram analisados um conjunto de guias turísticos, no sentido de mostrar uma visão sintetizada dos aspetos mais importantes, sobre a forma como Lisboa é apresentada como destino turístico. A finalidade foi incluir nesta dissertação, a perspetiva dos atuais guias turísticos, representando a atratividade turística de Lisboa, vendo até que ponto essas informações eram concordantes ou não com os Planos Estratégicos para o Turismo de Lisboa (TLx).

### 4.1. A cidade de Lisboa à imagem dos guias turísticos

Esclarecida e assegurada a importância da informação *online* sobre os destinos turísticos, foi necessário encontrar um critério de seleção de alguns guias turísticos *online* que oferecem informações sobre a cidade de Lisboa. A forma de o fazer recaiu sobre a pesquisa na Internet, como qualquer turista. As palavras-chave utilizadas no motor de busca *Google* foram “*Best travel sites about Lisbon*” e “*Lisbon travel guides online*”, sendo necessário adaptar o idioma, para recolher a informação nas restantes línguas, mas mantendo o mesmo critério. Como resultado foram escolhidos 22 guias turísticos: cinco em língua Inglesa (Lonely Planet; Fodor’s; Ucityguides; GoLisbon; LisbonLux); um em Francês (Guide Lisbonne Routard.com.); três em Alemão (Lissabon Der Reiseführer; Reiseberichte; Reiseverlauf); três em Espanhol (Lisboando.com; Disfruta Lisboa; Condé Nast Traveller); um guia turístico Dinamarquês (Storbyferie Guiden), pois considerou-se importante constar na lista uma perspetiva Nórdica. Apesar de aferida a importância e a utilização crescente dos guias turísticos *online*, efetuou-se uma pesquisa de campo para que estivesse presente alguns dos guias turísticos de bolso que os turistas mais procuram e que os acompanham durante a sua estada. A anterior lista de guias *online* foi, assim, complementada com os seguintes guias em papel, perfazendo um total de 22 guias turísticos: Lisbon Berlitz Pocket Guide; Lisbon Eyewitness Travel Guide; Guide American Express; Lisbon Pocket Guides; Lisbon Pocket Rough Guide, idioma Inglês; ADAC e DuMont, em Alemão; Guide Vert Week-end Lisbonne (Michelin); Lisbonne Petit Futé, em Francês.

A primeira análise efetuada disse respeito à forma como a cidade de Lisboa é apresentada mediante a identificação das 10 principais atrações turísticas:

**Quadro 6** – As 10 principais atrações turísticas da cidade de Lisboa, segundo os guias turísticos

	Principais Atrações (Monumentos e Lugares)	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Top 10	Castelo de São Jorge	19	7,22
	Mosteiro dos Jerónimos	19	7,22
	Torre de Belém	18	6,84
	Fundação Calouste Gulbenkian	14	5,32
	Alfama	12	4,56
	Bairro Alto	10	3,80
	Parque das Nações	10	3,80
	Oceanário de Lisboa	9	3,42
	Museu Nacional de Arte Antiga	9	3,42
	Praça do Comércio	8	3,04

Como se pode observar no quadro 6, Lisboa possui uma grande variedade de monumentos e lugares para os turistas visitarem, sendo que a maior dificuldade será reunir o tempo necessário para desfrutar de todos eles. Porém, existem, de facto, alguns que são mais referenciados, sendo possível compreender quais são considerados visita “obrigatória” para quem pretende visitar a cidade de Lisboa.

Neste quadro, os dez monumentos/lugares da cidade de Lisboa mais mencionados pelos guias turísticos são os seguintes: Castelo de São Jorge, Mosteiro dos Jerónimos, Torre de Belém, Fundação Calouste Gulbenkian, Alfama, Bairro Alto, Parque das Nações, Oceanário de Lisboa, Museu Nacional de Arte Antiga e a Praça do Comércio. Contudo, há que ter em conta que o quadro prossegue (em anexo XXIX), com mais monumentos e lugares a visitar pelos turistas, referenciados com menos frequência pelos guias turísticos em análise.

Segundo o TLx10, Lisboa é uma “cidade ‘resort’ moderna e autêntica com importância histórica e escala humana que providencia uma diversidade de experiências únicas ao longo de todo ano”. Para analisar a distribuição espacial de todas as atrações mencionadas pelos guias turísticos, foram construídos um conjunto de mapas que se passa a analisar:



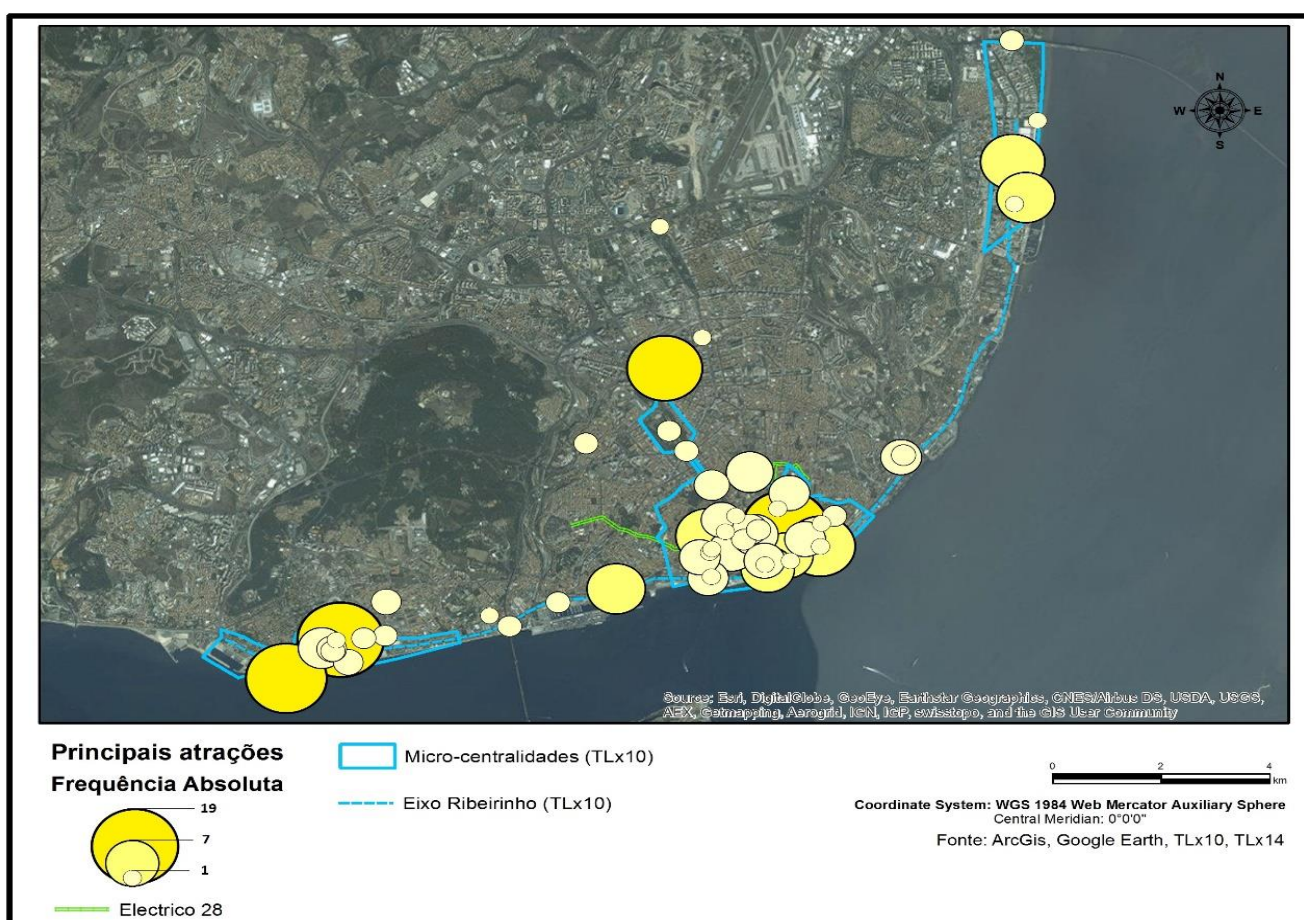
**Figura 23** – Principais atrações turísticas na cidade de Lisboa, na perspectiva dos guias turísticos

Ao observar o mapa acima, onde estão representadas as atrações turísticas, é possível obter uma imagem da sua distribuição geográfica e compreender onde é que estas se concentram e qual a sua notoriedade. No mapa, os círculos proporcionais representam o número de vezes que um lugar ou monumento foi mencionado pelos guias turísticos em análise, ou seja, quanto maior for a dimensão do círculo, maior é o seu número de menções. Existe apenas uma exceção, o elétrico 28, pois seria impossível ser representado com um círculo, dado que é um circuito e não um lugar preciso, como as restantes atrações mencionadas. Porém, o elétrico é um elemento marcante na cidade de Lisboa e para quem a visita e, como tal, a carreira mais emblemática não poderia deixar de ser representada no mapa, visto que os guias turísticos lhe fazem alusão. Ao analisar o mapa com maior rigor e precisão, é bastante notória a concentração de monumentos e lugares junto ao eixo ribeirinho, sobretudo na área de Belém, “Centro histórico” e Parque das Nações, existindo é claro, algumas dispersões, mas pouco acentuadas por outras áreas da cidade.



#### 4.2. A perspetiva dos guias turísticos face ao Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa (TLx)

Ponderou-se de seguida a necessidade de gerar um outro mapa mais completo, mais dinâmico, de forma a representar não só a perspetiva dos guias turísticos, sobre a cidade de Lisboa como destino turístico, mas também, a comparação com a visão do TLx10 e o TLx14 sobre as principais nucleações turísticas da cidade, vendo até que ponto estas informações se cruzam ou divergem.

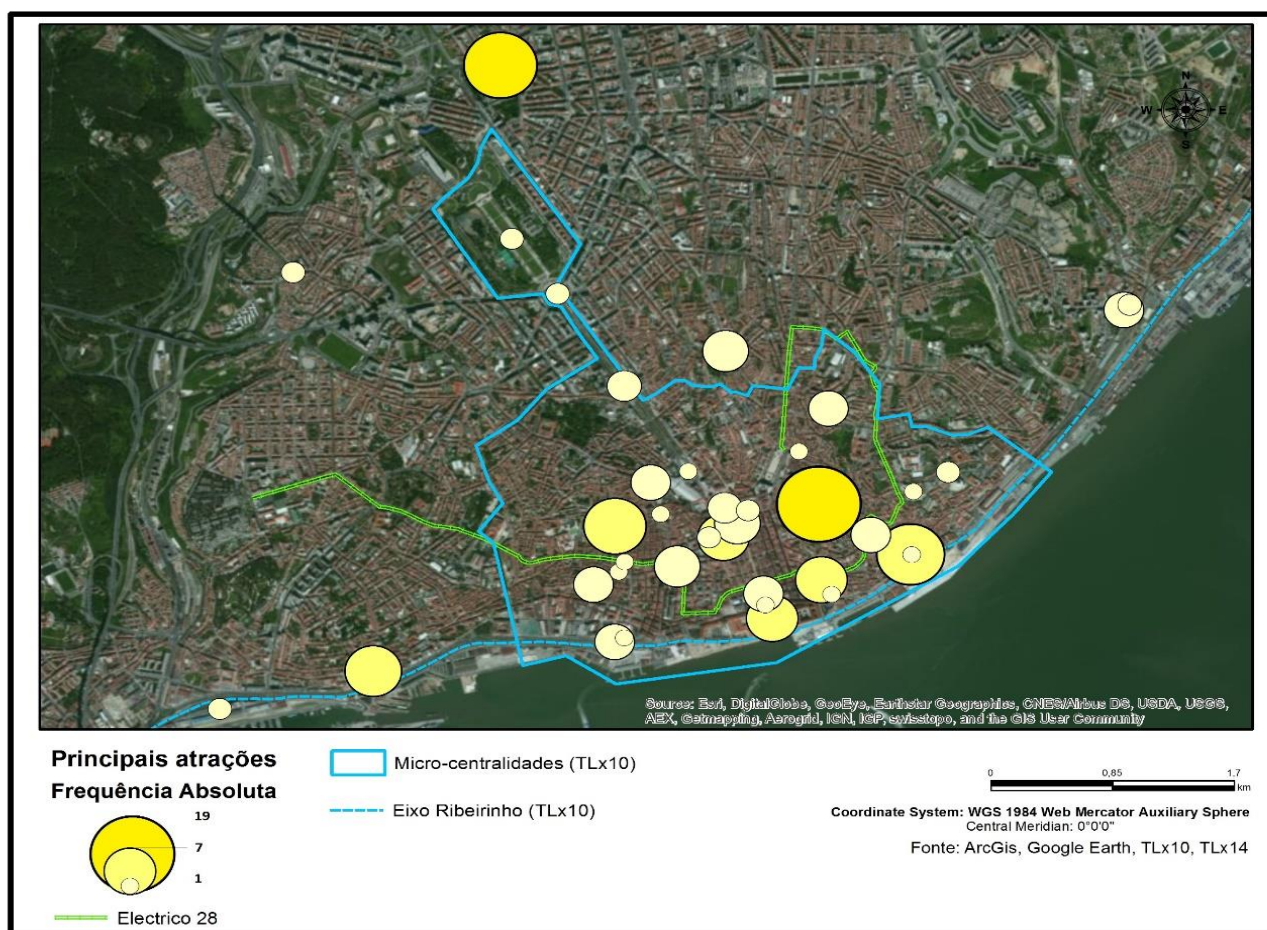


**Figura 24** – A Lisboa turística na perspetiva dos guias turísticos e do Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa (TLx)

No mapa acima apresentado, é possível verificar com maior clareza a localização exata das três principais aglomerações, ou seja, onde existe de facto uma maior concentração de atrativos turísticos, que como já foi referido anteriormente, são na área de Belém, “Centro histórico” e Parque das Nações. Com base no TLx10, foi delimitado o Eixo Ribeirinho, que faz a ligação entre as principais áreas de atração da cidade de Lisboa,

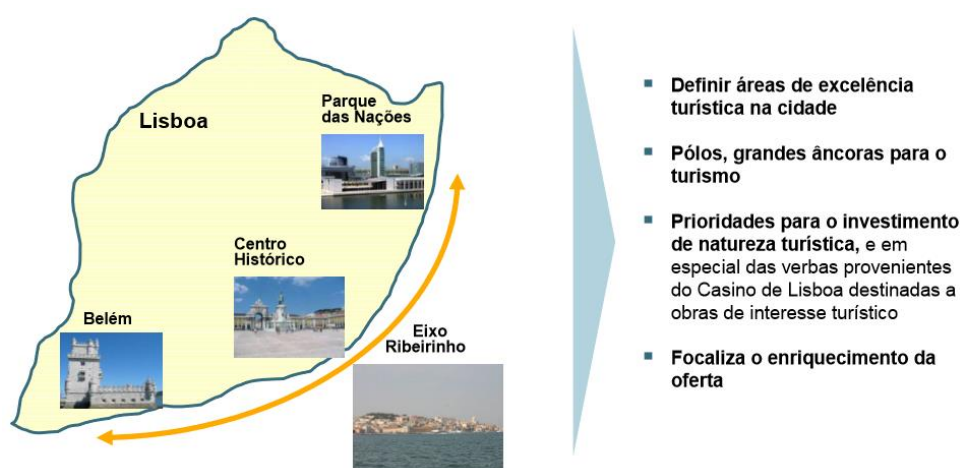
sendo assim um elemento-chave de ligação multi-funcional com forte componente de modernidade.

Em relação às micro-centralidades propostas pelo TLx10, estão de acordo com as principais aglomerações obtidas, através da análise dos guias turísticos. No entanto, coalescente à micro-centralidade correspondente ao “Centro histórico”, existem duas grandes atrações, junto ao seu limite Norte e Oeste, correspondentes à Fundação Calouste Gulbenkian e ao Museu Nacional de Arte Antiga, que não ficam abrangidos e são considerados de grande importância pelos guias turísticos, fazendo parte das dez principais atrações. Esta é uma evidência bastante curiosa, na medida em que são dois Museus de uma importância enorme, com coleções de classe mundial, reconhecidos pelos especialistas e, por isso, mencionados nos guias turísticos. Para realçar esta curiosidade e observar mais atentamente, a grande concentração de círculos proporcionais obtida no “Centro histórico”, apresenta-se de seguida uma imagem mais detalhada desta área.



**Figura 25** – A Lisboa turística na perspetiva dos guias turísticos e do Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa (TLx) – (ampliação da micro-centralidade “Centro histórico”)

A análise da micro-centralidade do centro-histórico permite verificar a existência de um número significativo de atrações turísticas consideradas de grande importância pelos guias turísticos e, de facto, a relativa aproximação geográfica às duas outras grandes atrações que ficam à margem da micro-centralidade, proposta pelo TLX (2010). As micro-centralidades são uma tentativa de sistematizar as principais atrações, que na realidade, funcionam como âncoras desses espaços e identificam as áreas onde o turismo possui maior capacidade para se desenvolver. Na verdade, a dinâmica cultural da cidade é um elemento importante e que deve ser valorizado. Em termos turísticos, é junto ao eixo ribeirinho que se concentra a maior parte das principais atrações, sendo importante referir que este ainda se irá desenvolver entre o “Centro histórico” (Terreiro do Paço) e o Parque das Nações. Nos últimos anos, a cidade de Lisboa fez um enorme esforço, no sentido da sua afirmação turística, pois até recentemente os turistas apenas conseguiam usufruir da frente ribeirinha até à área de Belém, visto que a partir daí não tinham acesso, uma vez que eram áreas de administração portuária. Atualmente é permitindo desfrutar desses espaços, sendo este apenas um dos objetivos da cidade que foi concretizado com sucesso. De acordo com o TLx10, uma das principais componentes da estratégia para o turismo de Lisboa era, efetivamente, criar e desenvolver na cidade de Lisboa três micro-centralidades interligadas pelo Eixo Ribeirinho como áreas de excelência turística para reforçar a proposta de valor e priorizar investimentos na oferta (Fig.26). Apesar de existir um documento mais recente (TLx19), no plano geográfico apenas subdivide a micro-centralidade “Centro histórico”.



**Figura 26** – Micro-centralidades na cidade de Lisboa (Fonte: TLX, 2010, p. 66)

Segundo o TLx10 o “Centro histórico” é importante, pois é considerado “a alma da cidade”, com séculos de história, onde a cultura, tradição, comércio e população local estão fortemente enraizados. Igualmente elementar é a área de Belém, porque nos remete à



“Lisboa dos descobrimentos” e é um marcante pólo museológico e cultural do país com ligação à história e ao rio/mar. O Parque das Nações corresponde à “Lisboa Moderna”, centralidade que pela sua contemporaneidade e inovação, apresenta condições de excelência para a receção de turistas. Finalmente, o Eixo Ribeirinho, como “Passeio do Tejo” é um eixo de ligação multifuncional com forte componente de modernidade e pólo de lazer, restauração e vida noturna. No entanto, para cada uma das 4 micro-centralidades, existe um conjunto de iniciativas que poderão ser implementadas e que potenciarão o seu desenvolvimento.

Por fim, para confirmar e completar a informação obtida, segundo o estudo da THR (2006) e Barreira (2010) o conjunto de atrações mais relevantes em Lisboa são as relacionadas com a arquitetura Manuelina e os Descobrimentos, a Fundação Calouste Gulbenkian, o Centro Cultural de Belém, os Museus Nacionais dos Coches, de Arte Antiga e do Azulejo, os Bairros Históricos (Alfama, Castelo, Baixa-Chiado e Bairro Alto), o Parque das Nações, o Castelo de São Jorge, a gastronomia e vinhos.

Destacam, ainda, o Bairro de Alfama e Bairro Alto (considerados os recantos dos turistas), o Mosteiro dos Jerónimos (com a sua arquitetura representativa), monumentos, ruas, praças, museus, centros culturais, igrejas, jardim zoológico, centros comerciais, a confeitaria de Belém (os pastéis típicos são fortemente mencionados em todos os *sites* e guias turísticas da atualidade e as imagens-força associadas a Lisboa (marchas populares e o Fado).

No próximo capítulo, será analisada de uma forma mais aprofundada até que ponto os resultados obtidos na pesquisa empírica ajudaram a responder às questões de partida e a confirmar as hipóteses de investigação.



# **Cap. V**

## **Considerações Finais**



Compreender a atratividade turística da cidade de Lisboa no contexto das políticas europeias de turismo urbano, foi o principal objetivo que norteou este projeto. Para tal, foi necessário delinear todo um percurso investigativo até chegar a este ponto onde se apresentarão algumas reflexões sobre os resultados da investigação realizada.

Numa tentativa de sistematizar alguns dos resultados da investigação empírica, existem aspetos importantes que importa salientar, uma vez que nortearam esta investigação. Existem pontos de contato entre os “olhares” que se procuraram conhecer e que ajudaram a compreender algumas dimensões sobre o turismo em Lisboa. No que diz respeito aos fatores de atratividade da cidade de Lisboa como destino turístico, os especialistas e os turistas apresentam alguns aspetos comuns que se destacam no seguinte quadro:

**Quadro 7** – Fatores de atratividade da cidade de Lisboa como destino turístico, segundo os especialistas e os turistas

<b>Especialistas</b>	<b>Turistas</b>
Clima	Clima agradável
Beleza da cidade	Paisagem
Património histórico relevante	Ambiente histórico
Ambiente urbano agradável	Arquitetura atrativa
Posição geográfica	Segurança
Ligações aéreas	Transportes
Eventos internacionais	Diversidade de atrações
Gastronomia	Gastronomia
Preços	Preços
Afabilidade	Afabilidade

É possível compreender que, Lisboa como destino turístico é vista como uma cidade com fatores de atratividade bem distintos e claramente identificados: destacam-se o clima agradável, o património histórico e arquitetónico relevante, a gastronomia, o facto de os turistas se sentirem bem recebidos, a par da existência de preços acessíveis. Muitos destes fatores de atratividade são reconhecidos na bibliografia consultada, aspeto a desenvolver no decorrer deste mesmo capítulo.

No que diz respeito às atrações turísticas que contribuem para a sua afirmação como destino turístico, estas estão também bem identificadas por quem visita e estuda a cidade (identificam-se algumas):

**Quadro 8** – Atrações turísticas que contribuem para a afirmação da cidade de Lisboa como destino turístico, segundo os especialistas, os turistas e os guias turísticos

* Especialistas	Turistas	Guias Turísticos
Torre de Belém	Castelo de S. Jorge	Castelo de S. Jorge
CCB	Mosteiro dos Jerónimos	Mosteiro dos Jerónimos
Castelo de S. Jorge	Torre de Belém	Torre de Belém
Mosteiro dos Jerónimos	Oceanário	Oceanário
Museus dos Coches	Padrão dos Descobrimentos	F. Calouste Gulbenkian
Oceanário	Elevadores	Bairros Típicos

\* **Nota:** Não hierarquizado

Como se pode observar, as atrações turísticas mais procuradas são comuns aos “olhares” que se procuraram conhecer. O património histórico é, sem dúvida, uma das dimensões da atratividade da cidade de Lisboa, tal como dados anteriores demonstraram.

Neste seguimento, o capítulo das considerações finais tem, portanto, como objetivo regressar ao início da investigação, percorrendo todos os passos da mesma, procurado apresentar as ideias mais marcantes a que foi possível chegar e retomar as hipóteses que orientaram a investigação no sentido de concluir a sua verificação.

A primeira hipótese de investigação apontava para o facto de as políticas europeias de turismo urbano serem imprescindíveis para uma maior e melhor orientação do setor turístico nas cidades. Esta relação foi parcialmente demonstrada pelos especialistas que participaram na investigação.

Ao nível das orientações de política europeia para o turismo, não existe um quadro europeu específico, ainda que existam fundos comunitários disponíveis para projetos direta ou indiretamente relacionados com a atividade turística. De acordo com os especialistas, só existem estratégias e políticas de turismo urbano em Portugal em anos recentes, pois até há 15 anos não se tinha a ideia de que Lisboa se poderia transformar num destino turístico relevante. O processo de desenvolvimento turístico em Lisboa foi algo pensado e ponderado pelos decisores. Considera-se que uma das políticas urbanas com maior impacto

em termos turísticos foi a realização da Expo 98, que não sendo realizada com um objetivo turístico, reabilitou toda uma área nobre da cidade de Lisboa.

Com efeito, são intervenções urbanas como a reabilitação e a requalificação que acabam por ter repercussões na atratividade turística da cidade. Em Lisboa, e segundo os especialistas entrevistados, muitos dos investimentos feitos na reabilitação urbana, estão a ser adaptados para a oferta turística, havendo quase uma ligação umbilical entre as duas matérias.

Na opinião de Azevedo (2011), a procura crescente dos turistas por uma maior variedade de atividades e lazer nas cidades, tem servido de motivo e justificação, por parte dos decisores políticos para revitalizar as cidades, ao nível urbanístico, patrimonial, promocional e nas estratégias de requalificação urbana. Desta forma, o turismo constitui uma vantagem competitiva para o desenvolvimento das cidades, combinando uma oferta capaz de satisfazer as expectativas dos visitantes e, em simultâneo, proporcionando bem-estar aos seus residentes.

A segunda hipótese de investigação considerava que o conceito de ‘atratividade turística’ é ambíguo, existindo assim diferentes perspetivas sobre a atratividade turística de Lisboa. Este aspeto foi demonstrado pela análise dos dados recolhidos, nomeadamente no que diz respeito às entrevistas realizadas aos especialistas, questionários realizados aos turistas estrangeiros e análise de conteúdo dos guias turísticos. Assim, os diferentes “olhares” sobre a cidade de Lisboa como destino turístico permitiram encontrar fatores divergentes, mas foram igualmente identificados aspetos comuns que possibilitam caracterizar a atratividade turística de Lisboa.

Segundo os especialistas entrevistados, a atratividade turística da cidade de Lisboa encontra-se relacionada com a beleza da cidade, muito diferente das cidades Mediterrâneas e do Norte da Europa. A cidade de Lisboa tem um património histórico extremamente relevante, um ambiente urbano muito agradável e possui a capacidade de conseguir tirar partido da sua posição geográfica. O clima é igualmente um fator bastante atrativo, pois é muito agradável durante o ano inteiro, melhor do que qualquer clima das restantes cidades europeias.

Por sua vez, os turistas, identificam como fatores de atratividade da cidade de Lisboa o clima agradável, a arquitetura atrativa, uma ampla variedade gastronómica, pessoas amáveis e prestáveis e o facto de ser uma cidade com um ambiente particularmente antigo e cheia de história.

O terceiro “olhar” pertence aos guias turísticos, onde a identificação dos lugares a visitar na cidade remete, sem dúvida, para o património histórico e cultural.

Estes aspetos identificados na investigação empírica como fatores de atratividade da cidade de Lisboa vão de encontro àqueles apresentados na bibliografia consultada. No seu estudo de 2010, Barreira identifica adjetivos relativos á cidade de Lisboa que podem ser entendidos como fatores de atratividade, como é o caso da dimensão estética (associada ao património histórico e monumental) e a dimensão ambiental (associada a adjetivos como acolhedora e imponente).

Segundo Anjos (2013), fatores como o clima e segurança representam igualmente, elementos de diferenciação da oferta do destino Lisboa face à concorrência, uma vez que proporcionam condições de vivência do espaço exterior de grande qualidade e atratividade. No diz que respeito à componente de segurança e criminalidade, a cidade oferece um conjunto de condições que têm permitido manter relativamente controlados os fenómenos de exclusão social, de grande violência e de insegurança, fator bastante valorizado por parte da procura. Os dados empíricos confirmam estas ideias, na medida em que estes são dois fatores de atratividade da cidade de Lisboa referidas pelos especialistas entrevistados e pelos turistas inquiridos.

A investigação empírica demonstrou que o património histórico é uma das dimensões da atratividade da cidade de Lisboa. Os monumentos mais visitados, segundo os especialistas são a Torre de Belém, o Mosteiro dos Jerónimos, o Castelo de São Jorge e o Museu dos Coches, surgindo depois o Centro Cultural de Belém e o Oceanário. É importante salientar que, segundo estes, a cidade de Lisboa tem um património histórico/cultural único que ainda não está devidamente explorado, nomeadamente o Aqueduto das Águas Livres, algumas igrejas relacionadas com o património religioso e alguns museus.

As atrações mais visitadas pelos turistas são o Castelo de São Jorge, o Mosteiro dos Jerónimos, a Torre de Belém, os Elevadores da Lavra, Bica, Glória e Santa Justa, o Padrão dos Descobrimentos e o Oceanário. A análise de conteúdo dos guias turísticos confirmou algumas questões sugeridas pelos especialistas entrevistados e turistas inquiridos. O património mais referenciado pelos guias turísticos inclui, o Castelo de São Jorge, Mosteiro dos Jerónimos, Torre de Belém, Fundação Calouste Gulbenkian, Alfama, Bairro Alto, Parque das Nações, Oceanário de Lisboa, Museu Nacional de Arte Antiga e a Praça do Comércio.



O estudo do THR de 2006 havia já identificado um conjunto de atrações mais relevantes em Lisboa, destacando as relacionadas com a arquitetura Manuelina e os Descobrimentos, a Fundação Calouste Gulbenkian e o Centro Cultural de Belém, os Museus Nacionais dos Coches, de Arte Antiga e do Azulejo, os Bairros históricos, nomeadamente Alfama, Castelo, Baixa-Chiado e Bairro Alto, o Parque das Nações, o Castelo de São Jorge, a gastronomia portuguesa, rica e variada, e a diversidade de vinhos de qualidade reconhecidos internacionalmente. Por sua vez, Barreira (2010) identifica alguns dos locais mais visitados em Lisboa, tais como o Bairro de Alfama e Bairro Alto (considerados os recantos dos turistas), o Mosteiro dos Jerónimos (com a sua arquitetura representativa), monumentos, ruas, praças, museus, centros culturais, igrejas, jardim zoológico, centros comerciais (shopping centres) e as imagens associadas a Lisboa, sendo elas as marchas populares e o Fado. Podemos assim concluir que, o património histórico que a cidade oferece é um fator de atratividade importante, complementado por uma dimensão cultural diversificada.

Procurando sistematizar em termos espaciais a localização destes elementos de atratividade na cidade de Lisboa, os especialistas entrevistados identificaram 3 micro-centralidades: o primeiro é o “Centro histórico”, um dos elementos mais atrativos para os turistas, com todos os bairros históricos. Os dados recolhidos pelos questionários e através da análise dos guias turísticos confirmaram esta realidade. Com uma dimensão cultural mais evidente, surge o eixo Belém-Ajuda que é uma centralidade muito importante, onde se concentram equipamentos culturais de grande potencial. Por fim, com uma dimensão mais lúdica identifica-se o terceiro eixo e grande pilar de atração, associado a todo o desenvolvimento da área da EXPO.

Os locais de interesse mais procurados pelos turistas e identificados nos guias turísticos situam-se nestas micro-centralidades: o “Centro histórico”, Belém e o Parque das Nações. As atrações mais visitadas são, sobretudo o Castelo de São Jorge, o Mosteiro dos Jerónimos, a Torre de Belém, surgindo logo de seguida o Oceanário.

A maioria dos turistas que visitam Lisboa procuram disfrutar da cidade, por isso, é fundamental reforçar o seu carácter distinto e único. Assim, a melhoria da experiência local tem proporcionado um desenvolvimento substancial das infraestruturas turísticas, da oferta e da imagem internacional da cidade. Estas mudanças, juntamente com a criação de parcerias público-privadas para promover a cidade, proporcionaram o desenvolvimento do turismo urbano, mas também, contribuem, em larga medida para o desenvolvimento da própria cidade.

Este capítulo final, não ficaria completo sem pensar nas implicações da investigação realizada. Os dados recolhidos forneceram informações muito interessantes sobre a relação entre a atratividade turística da cidade de Lisboa e as políticas europeias de turismo urbano, que podem ajudar a melhorar a forma como este processo tem decorrido. Do mesmo modo verificou-se que, existe uma relação forte entre os projetos de intervenção na cidade e o aumento da atratividade deste destino turístico, mas o fenómeno contrário é também uma realidade. O turismo e a cultura têm vindo a desempenhar um papel muito importante na regeneração urbana e, consequentemente, na revalorização da cidade e da sua imagem.

Existem algumas limitações nesta investigação. A primeira das quais está relacionado com a amostra recolhida aos turistas inquiridos, pois é relativamente modesta não permitindo generalizar os dados, embora tenha sido possível retirar algumas conclusões. Ainda assim, na tentativa de contornar este obstáculo, os resultados obtidos através dos turistas inquiridos foram complementados com os dados fornecidos pelo Observatório do Turismo de Lisboa, compreendendo até que ponto a visão dos turistas entrevistados se aproximava, ou não, daquilo que indicam as estatísticas. No entanto, seria oportuno desenvolver a mesma investigação, mas alargando-a no sentido de se poder validar alguns dos resultados. O número de guias turísticos, também poderia ter sido mais alargado, para obter uma “visão” mais fiel dos aspetos mais importantes, sobre a forma como Lisboa é apresentada como destino turístico. Porém, de modo a contornar este aspeto, foi realizada uma pesquisa em diferentes idiomas, para obter perspetivas diversificadas de como Lisboa é apresentada nos diversos países. Em investigações futuras, seria interessante introduzir nos estudos sobre a atratividade turística a influência de fontes de informação como *blogs* e páginas pessoais sobre visitas turísticas.

Uma outra limitação deste estudo está relacionada com o número de entrevistas realizadas. Na verdade, é igualmente uma amostra um pouco reduzida, mas ainda assim permitiu conhecer melhor a temática em questão. Mais uma vez, na tentativa de ultrapassar esta limitação, foram cuidadosamente selecionadas um conjunto de questões que permitissem recolher informações pertinentes e aprofundadas da temática em estudo. A escolha dos entrevistados, também foi tida em conta, para que fossem direcionadas a especialistas na área das políticas europeias e do turismo urbano, permitindo recolher informação variada e próxima da realidade em estudo.

Apesar das limitações identificadas, e de outras que podem ser apontadas, considera-se que o estudo realizado permitiu conhecer melhor o tema em estudo. Ainda assim, reconhece-se que futuras investigações poderiam utilizar amostras mais amplas e

também seria interessante realizarem-se outro tipo de investigações, recorrendo-se a outros instrumentos de análise, para além dos que foram utilizados.

Por fim, dada a importância do tema considera-se que existe ainda um longo caminho a percorrer no campo da investigação nesta área sendo, portanto, uma dimensão a desenvolver.

O Mestrado em Políticas Europeias foi muito rico em termos de conhecimento e aprendizagem sobre a realidade europeia. Permitiu adquirir uma melhor compreensão do desenvolvimento da Europa e da problemática da sua coesão em diversas dimensões. Através do aprofundamento de temáticas sobre as políticas europeias, foi possível obter um maior entendimento dos seus impactes a nível nacional.

Esta dissertação procurou compreender exatamente a relação entre as políticas europeias e a temática do turismo. É certo que muito terá ficado por analisar. Neste sentido será importante, em investigações futuras, estudar outras cidades portuguesas para compreender melhor o impacto das políticas europeias no turismo urbano.

IGOT, 25 de Setembro de 2015



## **Referências Bibliográficas**



- Almeida, M. V. (2009, Dezembro). Matriz de Avaliação do Potencial Turístico de Localidades Receptoras. *Turismo em Análise*, 20 (3), 541-561.
- Amaral, M. (2005). *Turismo Internacional e Posicionamento do Turismo Português*. Documento não publicado, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Beja.
- Anjos, A. M. (2013). *Lisboa: Destino Turístico de City Breaks na Vertente de Shopping* (Dissertação de Mestrado). Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Araújo, C., Pinto, E., Lopes, J., Nogueira, L., & Pinto, R. (2008). *Estudo de Caso*. Documento não publicado, Instituto de Educação e Psicologia - Universidade do Minho.
- Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A. (2006). *City Break*. Retirado de [www.turismodeportugal.pt/PORTUGUÊS/.../City%20Break%202006.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/PORTUGUÊS/.../City%20Break%202006.pdf)
- Azevedo, A. M. (2011). *Cartões de cidade e a experiência turística nos destinos urbanos* (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Badaró, R. A. (2001). *O Direito do Turismo na União Europeia: Breves Considerações*. Documento não publicado, Universidade Metodista de Piracicaba.
- Barreira, I. A. (2010, Julho/Dezembro). Lisboa sob o olhar do turista. *Revista de Ciências Sociais*, 41 (2), 24-35.
- Câmara Municipal de Lisboa. (2009). *Carta Estratégica de Lisboa 2010-2024: Um Compromisso para o Futuro da Cidade*. Retirado de <http://www.cm-lisboa.pt/municipio/camara-municipal/carta-estrategica>
- Comissão das Comunidades Europeias - Comunicação da Comissão ao Conselho e ao Parlamento Europeu: *A política de coesão e as cidades: contribuição das cidades e das aglomerações para o crescimento e o emprego nas regiões*. Bruxelas: CCE, 2006. (COM (06) 385 final).
- Comissão das Comunidades Europeias - Comunicação da Comissão: *Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo*. Bruxelas: CCE, 2007. (COM (07) 621 final).
- Comissão das Comunidades Europeias - Proposta de Decisão do Conselho apresentada pela Comissão: *relativa à assinatura do Protocolo sobre a protecção dos solos, do*

- Protocolo sobre a Energia e do Protocolo sobre o Turismo, da Convenção Alpina.* Bruxelas: CCE, 2005. (COM (05) 244 final).
- Comissão de Coordenação da Região de Lisboa e Vale do Tejo. (1999). *Ligar a Europa e o Atlântico: Competitividade e Solidariedade.* Lisboa: Autor.
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento da Região de Lisboa e Vale do Tejo (2007). *Lisboa 2020: Uma Estratégia de Lisboa para a Região de Lisboa.* Lisboa: Autor.
- Comissão Europeia - Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: *Desenvolvimento Urbano Sustentável: um Quadro de Acção.* Bruxelas: CE, 1998. (COM (98) 605).
- Comissão Europeia - Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: *A Dimensão Urbana das Políticas da UE - Principais Características de uma Agenda Urbana da UE.* Bruxelas: CE, 2014. (COM (14) 490 final).
- Comissão Europeia - Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: *Europa, primeiro destino turístico do mundo - novo quadro político para o turismo europeu.* Bruxelas: CE, 2010. (COM (10) 352 final).
- Comissão Europeia - Comunicação da Comissão: *Europa 2020 - Estratégia para um crescimento inteligente sustentável e inclusivo.* Bruxelas: CE, 2010. (Com (2010) 2020 final).
- Comissão Europeia - *Para um turismo urbano de qualidade: Gestão integrada da qualidade (GIQ) dos destinos turísticos urbanos.* Bruxelas: 2000.
- Comissão Europeia. (2011). *Cidades de Amanhã: Desafios, visões e perspectivas.* Luxemburgo: Direção Geral da Política Regional.
- Comité Económico e Social Europeu. (2005). A política de turismo na União Europeia alargada. *Jornal Oficial da União Europeia*, pp. 14-21.
- Commission of the European Communities - Commission Communication to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: *Working together for the future of European tourism.* Brussels: CEC, 2001. (COM (01) 665 final).



- Commission of the European Communities - Commission Communication to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: *Basic orientations for the sustainability of European tourism*. Brussels: CEC, 2003. (COM (03) 716 final).
- Commission of the European Communities - Commission Communication to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: *A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism*. Brussels: CEC, 2006. (COM(06) 134 final).
- Conde, S. C. (2007). *O Contributo das Políticas Urbanas para a Sustentabilidade das Cidades: Os casos das cidades de Aveiro e de Tavira* (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.
- Costa, E. M. (1999). Uma nota sobre as Políticas das Cidades em Portugal nos anos noventa. *Inforgeo*, 14, 131-137.
- Cunha, L. (2009). Avaliação do Potencial Turístico. *Cogitur - Journal of tourism Studies*, 21-40.
- Daniel, A. C. (2010). Caracterização do Sector Turístico em Portugal. *Revista de Estudos Politécnicos*, VIII (14), 255-276.
- Deus, A. M., Cunha, D. E., & Maciel, E. M. (2010). *Estudo de caso na pesquisa qualitativa em educação: Uma metodologia*. Documento não publicado, Universidade Federal do Piauí.
- Esteves, M. H. (2010). *Os Percursos da Cidadania na Geografia Escolar Portuguesa* (Tese de Doutoramento). Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Lisboa.
- European Commission (2013). Eurostat regional yearbook 2013. Luxembourg: Autor.
- Fernandes, A. J., Pais, C., & Pereira, E. T. (2009). *A importância das atracções turísticas no fomento do Turismo*. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Ferreira, A. M. (2013). Turismo, Cultura e Regeneração Urbana: O renascimento das pequenas e médias cidades. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 20, 31-39.

- Fortuna, C. (2008). Cidadãos, Turistas e Flâneurs: Reflexões sobre o turismo, o turista e a cidade. In Associação Portuguesa de Sociologia (Eds.), *Práticas e Processos da Mudança Social* (pp. 1-7), Coimbra: Celta Editora.
- Gilham, B. (2005). *Case study research methods*. London: Continuum.
- Gonçalves, M. E. (2008). *A Lisboa dos e nos Guias Turísticos: Lisboa a compor-se ao espelho* (Dissertação de Mestrado). Instituto Superior de Ciências do Trabalho e de Empresa, Lisboa.
- Grupo de Peritos sobre o Ambiente Urbano. (1998). *Cidades Europeias Sustentáveis*. Retirado de [ec.europa.eu/environment/urban/pdf/rport-pt.pdf](http://ec.europa.eu/environment/urban/pdf/rport-pt.pdf)
- Guerra, I. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: sentidos e formas de uso*. Estoril: Principia.
- Henriques, E. B. (2003). A cidade, destino de turismo. *Revista da Faculdade de Letras - Geografia*, XIX (I), 163-172.
- Henriques, E. B. (2009). Do Turismo Urbano: Lisboa no contexto do espaço turístico português. *Inforgéo*, 55-70.
- Jupp, V. (2006). *The Sage Dictionary of Social Research Methods*. London: SAGE Publications.
- Lehmeier, H. (2010). Tourism Policy and Regional Development in the European Union. *Geographica Timisiensis*, 19 (2), 121-131.
- Liccardo, A. (2010). *Turismo Urbano*. Brasil: UEPG.
- Maffezzolli, E. C., & Boehs, C. G. (2008, Janeiro/Junho). Uma reflexão sobre o estudo de caso como método de pesquisa. *Revista FAE*, 11, (1), 95-110.
- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica*. São Paulo: Atlas S.A.
- Marujo, M. N. (2008, Maio). A Internet como Novo Meio de Comunicação para os Destinos Turísticos: O caso da Ilha da Madeira. *Turismo em Análise*, 19 (1), 26-42.
- Mateus, D. (2012). *Política Urbana da União Europeia* [PDF]. Recuperado de [www.ipv.pt/1pagina/conf\\_pueu.pdf](http://www.ipv.pt/1pagina/conf_pueu.pdf)

- Matos, A. C., & Santos, M. L. (2004, 15, Junho). Os guias de turismo e a emergência do turismo contemporâneo em Portugal (dos finais de século XIX às primeiras décadas do século XX). *Revista Electrónica de Geografia e Ciências Sociais*, VIII (167).
- Observatório do Turismo de Lisboa. (2013). *Inquérito às actividades dos turistas e informação: Região de Lisboa*. Retirado de [www.visitlisboa.com/Observatorio.aspx](http://www.visitlisboa.com/Observatorio.aspx)
- Observatório do Turismo de Lisboa. (2013). *Inquérito de satisfação e imagem: Região de Lisboa*. Retirado de [www.visitlisboa.com/Observatorio.aspx](http://www.visitlisboa.com/Observatorio.aspx)
- Observatório do Turismo de Lisboa. (2013). *Inquérito motivacional: Cidade de Lisboa*. Retirado de [www.visitlisboa.com/Observatorio.aspx](http://www.visitlisboa.com/Observatorio.aspx)
- Peixoto, P. (2003). Centros históricos e sustentabilidade cultural das cidades. In Centro de Estudos Sociais (Eds.), *Intermediários culturais, espaço público e cultura urbana* (pp. 211-226). Porto: Fundação para a Ciência e a Tecnologia.
- Pinho, A., & Campos, V. (2012). *A Dimensão Urbana nas Políticas Europeias: Uma abordagem na perspectiva da I&DT*. Lisboa: LNEC.
- Plano Regional de Ordenamento do Território da Área Metropolitana de Lisboa. (2009). *Diagnóstico Sectorial*. Retirado de <http://www.ccdr-lvt.pt/pt/>
- Popescu, R. I., & Corbos, R. A. (2010, Agosto). *The Role of Urban Tourism in the Strategical Development of Brasov Area*. Theoretical and Empirical Researches in Urban Management, 7 (16), 69-85.
- Pordata. (2015). *Base de Dados Portugal Contemporâneo*. Recuperado em 15 de Setembro, 2015 de [www.pordata.pt/](http://www.pordata.pt/)
- Quivy (2008). *Manual de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Rátz, T. (2004). *European Tourism*. Hungary: Kodolányi János University College.
- Ribeiro, P. C. (2012). *A Avaliação das Políticas de Regeneração Urbana em Contextos Intraurbanos* (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Ritchie, B.W., Burns, P., & Palmer, C. (2004). *Tourism Research Methods: Integrating Theory With Practice*. London: CABI Publishing.

- Rodrigues, W. C. (2007). *Metodologia Científica*. Paracambi: FAETEC/IST.
- Ruetsche, J. (2006, Maio). Urban Tourism: What Attracts Visitors to Cities?. *Let's Talk Business*, 117, 1-2.
- Santos, J. M. (2014). Turismo: Uma Nova Política da União Europeia. Contributos para a sua Integração na Política de Coesão 2014-2020. *Revista de Estudos Sociais*, 16 (31), 116-130.
- Silva, S. (2013). *Os factores de atracção de visitantes a uma cidade*. Recuperado em 20 Outubro, 2014 de <http://www.hipersuper.pt/2013/11/20/os-factores-de-atraccao-de-visitantes-a-uma-cidade-por-susana-costa-e-silva-catolica-porto/>
- Turismo de Lisboa. (2006). *Lisboa 2010: Plano de Marketing Estratégico para o Turismo de Lisboa*. Retirado de [www.visitlisboa.com/getdoc/06f209ec-9b6c-4ea4-9e15.../TLx10.aspx](http://www.visitlisboa.com/getdoc/06f209ec-9b6c-4ea4-9e15.../TLx10.aspx)
- Turismo de Lisboa. (2011). *Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa 2011-2014*. Retirado de <http://aprender.ead.unb.br/mod/resource/view.php?id=26387>.
- Turismo de Lisboa. (2014). *Plano Estratégico para o Turismo na Região de Lisboa 2015-2019: Posicionar a Região de Lisboa num novo patamar de excelência turística*. Retirado de <http://www.visitlisboa.com/Plano-Estrategico-para-o-Turismo-na-Regiao-de-Lisboa-2015-2019.aspx>.
- Turismo de Lisboa. (2015). *Lisboa no caminho para um novo patamar de Excelência Turística 2015-2019*. Retirado de <http://sm.vectweb.pt/media/73/File/Apresenta%C3%A7%C3%A3oResultadosATL.pdf>.
- Turismo de Portugal, I.P. (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Retirado de [www.turismodeportugal.pt/PORTUGUÊS/.../PENT%202007.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/PORTUGUÊS/.../PENT%202007.pdf)
- Turismo de Portugal, I.P. (2013). *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Horizonte 2013-2015*. Retirado de [www.turismodeportugal.pt/Português/.../PENT%202013%20vfinal.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Português/.../PENT%202013%20vfinal.pdf)

Urban Europe. (2011). *Joint Programming Initiative: Strategic Research Framework*. Vienna: Austrian Federal Ministry for Transport, Innovation and Technology, Radetzkysatrabé.

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31, 179-188.

Yin, R.K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.

#### **Fonte documental - Guias turísticos de Lisboa analisados:**

ADAC - *Reiseführer plus Lissabon*, 2015 ; Editora Travel House Media GmbH ; Autor Renate Nöldeke.

Condé Nast Traveller. (2015). *Guía de Lisboa*. Recuperado em 11 Fevereiro, 2015 de <http://www.traveler.es/guias/europa/portugal/lisboa>

Disfruta Lisboa - tu guía de Lisboa. (2015). *Qué ver en Lisboa*. Recuperado em 09 Fevereiro, 2015 de <http://www.disfrutalisboa.com/que-ver>

DuMont - *Reise-Taschenbuch*, 2013 ; Editora DuMont Reiseverlag; Autor Jürgen Strohmaier.

Fodor's. (2014). *Lisbon Things To Do*. Recuperado em 23 Novembro, 2014 de <http://www.fodors.com/world/europe/portugal/lisbon/things-to-do>

GoLisbon. (2014). *Lisbon Top 10 Exploring the Best of Europe's Most Scenic Capital*. Recuperado em 23 Novembro, 2014 de <http://www.golisbon.com/>

*Guide American Express - Lisboa*, 2010; Editora Livraria Civilização; Autoras Dolores Moreno e Sílvia Caunedo.

Guide Lisbonne Routard.com. (2015). *Les incontournables Lisbonne*. Recuperado em 09 Fevereiro, 2015 de [http://www.routard.com/guide\\_a\\_voir/lisbonne.htm](http://www.routard.com/guide_a_voir/lisbonne.htm)

*Guide Vert Week-end Lisbonne*, 2014; Editora Michelin.

Lisboando.com. (2015). *Qué Ver en Lisboa*. Recuperado em 09 Fevereiro, 2015 de <http://www.lisboando.com/que-ver/>

*Lisbon Berlitz Pocket Guide*, 2012; Editora Berlitz Publishing; Autora Berlitz.

*Lisbon Eyewitness Travel Guide*, 2014; Editor Dorling Kindersley; Autora Susie Boulton.

*Lisbon Pocket Guides*, 2011; Editor Thomas Cook Publishing.

*Lisbon Pocket Rough Guide*, 2013; Editor Rough Guides; Autor Matthew Hancock.

LisbonLux. (2014). *Top 10 Lisbon Attractions*. Recuperado em 23 Novembro, 2014 de <http://www.lisbonlux.com/lisbon/top-10.html>

*Lisbonne Petit Futé - City Guides Monde*, 2013 ; Editora Petit Futé ; Autores Collectif, Dominique Auzias, Jean-Paul Labourdette.

Lissabon Der Reiseführer. (2015). *Sehenswürdigkeiten in Lissabon*. Recuperado em 10 Fevereiro, 2015 de <http://www.derreisefuehrer.com/lissabon/sehenswurdigkeiten>

Lonely Planet. (2014). *Sights in Lisbon*. Recuperado em 23 Novembro, 2014 de <http://www.lonelyplanet.com/portugal/lisbon/sights>

Reiseberichte. (2015). *Lissabon*. Recuperado em 12 Fevereiro, 2015 de [http://reisen.call-n-deal.de/reiseberichte/europa/lissabon\\_und\\_porto/lissabon/index\\_ger.html](http://reisen.call-n-deal.de/reiseberichte/europa/lissabon_und_porto/lissabon/index_ger.html)

Reiseverlauf. (2015). *Ihr Reiseverlauf Tag für Tag*. Recuperado em 12 Fevereiro, 2015 de <http://www.lions-on-tour.de/de/reisen-fuer-lions/reisevorschlaege-fuer-ihre-clubreise/lissabon/reiseverlauf>

Storbyferie Guiden. (2015). *Seværdigheder i Lissabon*. Recuperado em 19 Fevereiro, 2015 de <http://www.storbyferieguiden.dk/Storbyferie-Lissabon/Seværdigheder-Lissabon.aspx>

Ucityguides. (2015). *Top 10 Sights and Attractions*. Recuperado em 11 Fevereiro, 2015 de <http://www.ucityguides.com/lisbon/>

# **Anexos**





**Anexo I – Total de hóspedes e dormidas; passageiros desembarcados por via aérea e portuária na cidade de Lisboa (em milhões)**

	1980	1994	2000	2010	2014
<i>Hóspedes</i>	1 195 858	1 566 552	2 168 183	2 845 913	3 552 043
<i>Dormidas</i>	2 996 543	3 559 146	4 775 094	6 188 079	8 431 054
<i>Aeroporto de Lisboa (Passageiros)</i>	2 799 788	5 755 747	9 395 761	14 086 518	18 142 035
<i>Cruzeiros (Passageiros)</i>		90 746	189 849	448 497	500 872

**Anexo II – Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros: total de camas (em milhões)**

	2009	2010	2011	2012	2013
<i>Camas</i>	35 307	35 258	35 618	35 890	38 233

**Anexo III – Total de hóspedes por tipologias na cidade de Lisboa (em milhares)**

	1980	1994	2000	2010	2014
<i>Hotéis 1*</i>	163	0	0	0	79
<i>Hotéis 2*</i>	593	577	763	774	1 170
<i>Hotéis 3*</i>	1 102	2 475	2 847	2 997	3 474
<i>Hotéis 4*</i>	1 601	3 120	3 943	7 633	8 624
<i>Hotéis 5*</i>	1 360	2 117	2 379	3 696	4 290
<i>Hotéis_Apartamentos</i>	45	89	173	385	385
<i>Pensões</i>	3 827			2 591	1 841

**Anexo IV – Evolução do número de dormidas na cidade de Lisboa (sazonalidade) (em milhões)**

	1980	1994	2000	2010	2014
<i>Janeiro</i>	195 302	198 626	260 601	337 028	414 067
<i>Fevereiro</i>	178 040	200 689	298 817	348 813	415 147
<i>Março</i>	238 069	304 236	413 481	461 281	595 193
<i>Abril</i>	270 942	324 163	467 723	538 037	764 244
<i>Maio</i>	274 644	345 797	466 975	593 022	834 928
<i>Junho</i>	244 717	289 380	400 632	497 812	739 978
<i>Julho</i>	297 463	329 882	439 925	596 118	852 704
<i>Agosto</i>	329 383	350 590	480 346	690 686	975 714
<i>Setembro</i>	303 992	385 377	456 697	639 556	867 657
<i>Outubro</i>	272 807	338 392	438 215	645 153	847 568
<i>Novembro</i>	207 731	277 945	353 962	421 854	606 168
<i>Dezembro</i>	183 453	214 069	297 720	418 719	517 686

## **Anexo V – Guião das entrevistas**

### **Dissertação de Mestrado - A atratividade turística da cidade de Lisboa no contexto das políticas europeias de turismo urbano**

#### **Guião da entrevista efetuada por Mónica Matos, ao cuidado do (nome do entrevistado), (data da sua realização)**

No âmbito da realização da dissertação de mestrado - “A atratividade turística da cidade de Lisboa no contexto das políticas europeias de turismo urbano”, considerou-se importante conhecer as diferentes perspetivas sobre esta temática. A entrevista que se segue têm como objetivo aprofundar o conhecimento sobre o turismo na cidade de Lisboa.

#### **Questões pré-entrevista:**

- ✓ Solicitar autorização para gravar a entrevista;
  - ✓ Solicitar permissão para referir a identidade do entrevistado;
  - ✓ Comprometer-me a utilizar somente a informação transcrita e aprovado pelo entrevistado.
- 
1. Na sua opinião, quais são as políticas europeias urbanas e de turismo que mais têm contribuído para a valorização do turismo na cidade de Lisboa?
  2. Na sua perceção, quais são os motivos que levam os turistas a visitar a cidade de Lisboa?
  3. O número de turistas estrangeiros tem vindo a aumentar em Portugal, e especificamente em Lisboa. Quais são para si as principais atrações turísticas da cidade de Lisboa?
  4. No seu parecer, qual tem sido a evolução nos últimos 30 anos, nas políticas e estratégias promovidas para o turismo de Lisboa?
  5. Na sua opinião, quais foram as políticas urbanas que tiveram mais impacto junto dos turistas?

6. Conhece algum projeto/atividade atual que tenha como objetivo aumentar a visibilidade e a atratividade turística da cidade de Lisboa? O Turismo de Portugal tem neste momento algum em curso?
7. Na sua perceção, quais são os elementos que mais nos diferenciam dos restantes países?
8. Na sua opinião, Lisboa está “na moda”?
9. Por último, o que pode ser melhorado para aumentar a atratividade da cidade?

Muito obrigado pelo seu contributo para esta investigação, se porventura existir alguma informação que não esteja patente nestas questões, mas que se encontre relacionado com esta temática e queira partilhar, ficaria muito agradecida.

## Anexo VI – Modelo do questionário

### Investigation on the perspective of tourists in tourism attractiveness of Lisbon

Place: \_\_\_\_\_

Female ☐ Male ☐

Age: \_\_\_\_\_

1- Country of origin? \_\_\_\_\_

2- Is it the first time you visit the city of Lisbon? Yes ☐ No ☐

3- Why are you visiting Lisbon? Visit family / friends ☐ Business trip ☐

Health ☐ Religion / pilgrimage ☐ Holiday / leisure / recreation ☐

Other motive: \_\_\_\_\_

4- How did you get information about Lisbon before traveling?

Guides / book tourist ☐ Internet sites ☐ Travel Agencies ☐

Family / friends ☐ Newspapers and Magazines ☐ Other: \_\_\_\_\_

5- Ten places you intend to visit or have visited?

1.	6.
2.	7.
3.	8.
4.	9.
5.	10.

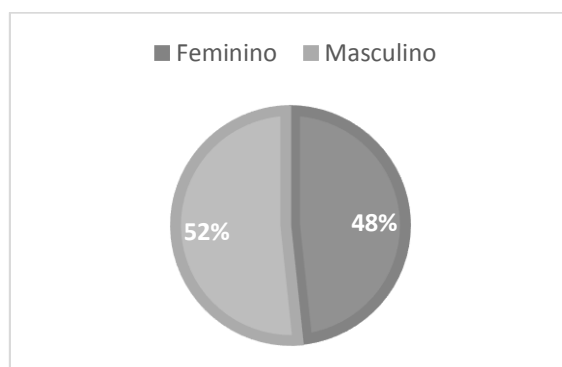
6- Opinion about Lisbon:

<b>Five positive aspects of the city</b>	<b>Five negative aspects of the city</b>
1-	1-
2-	2-
3-	3-
4-	4-
5-	5-

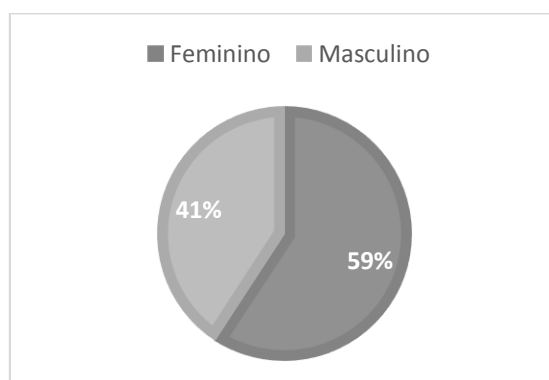
7- What is your opinion about Lisbon as touristic destination?

Classification: \_\_\_\_\_ (1 very bad – to 5 very good)

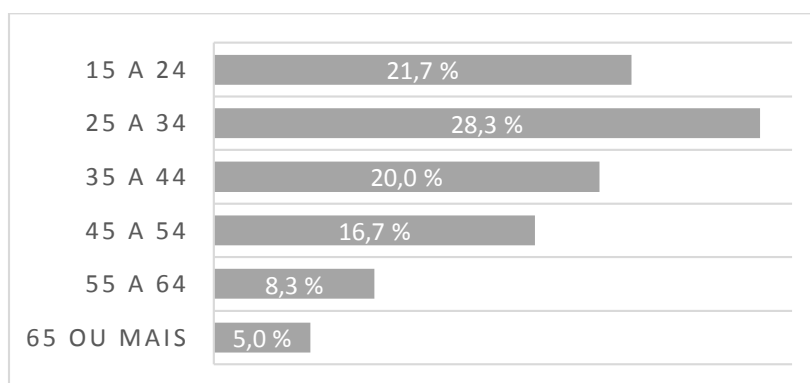
### Anexo VII – Género dos inquiridos (Dezembro)



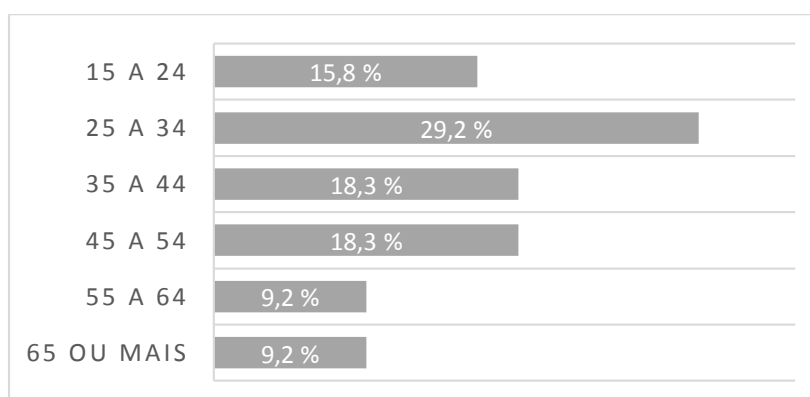
### Anexo VIII – Género dos inquiridos (Maio)



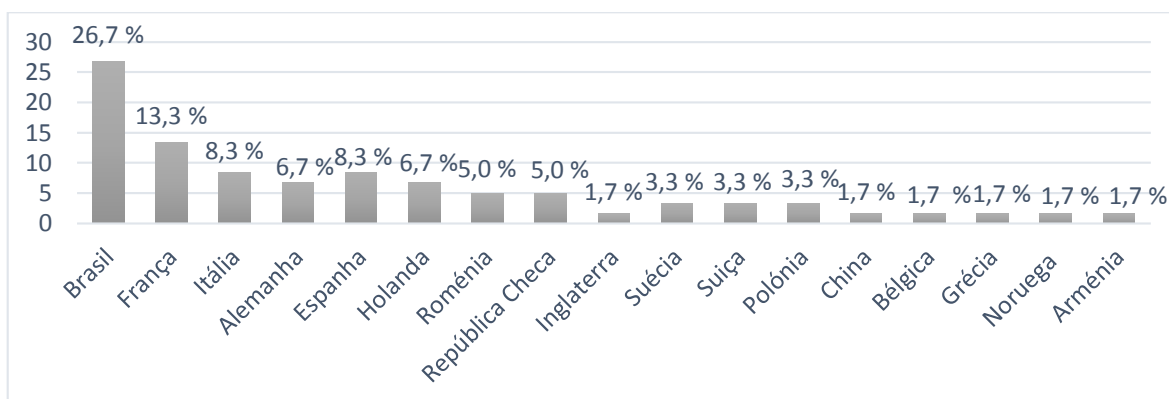
### Anexo IX – Idade dos inquiridos (Dezembro)



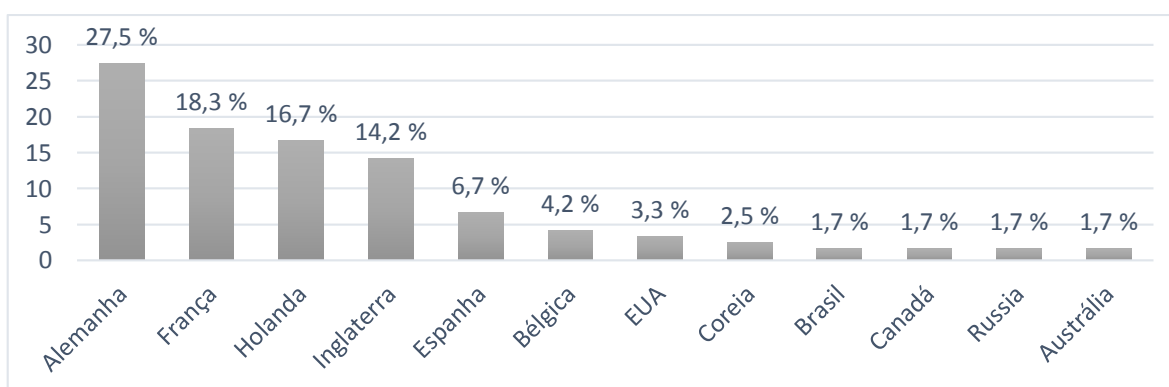
### Anexo X – Idade dos inquiridos (Maio)



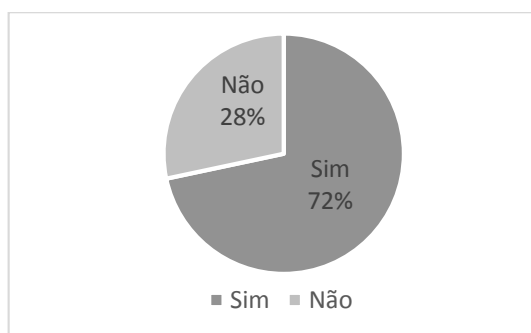
### Anexo XI – Nacionalidade dos inquiridos (Dezembro)



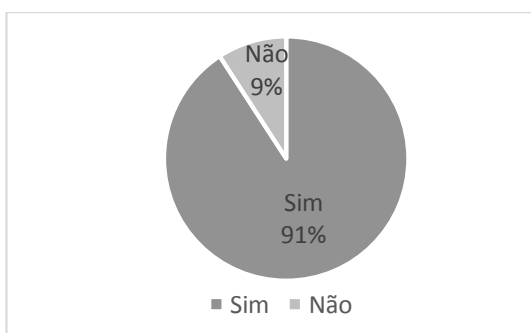
### Anexo XII – Nacionalidade dos inquiridos (Maio)



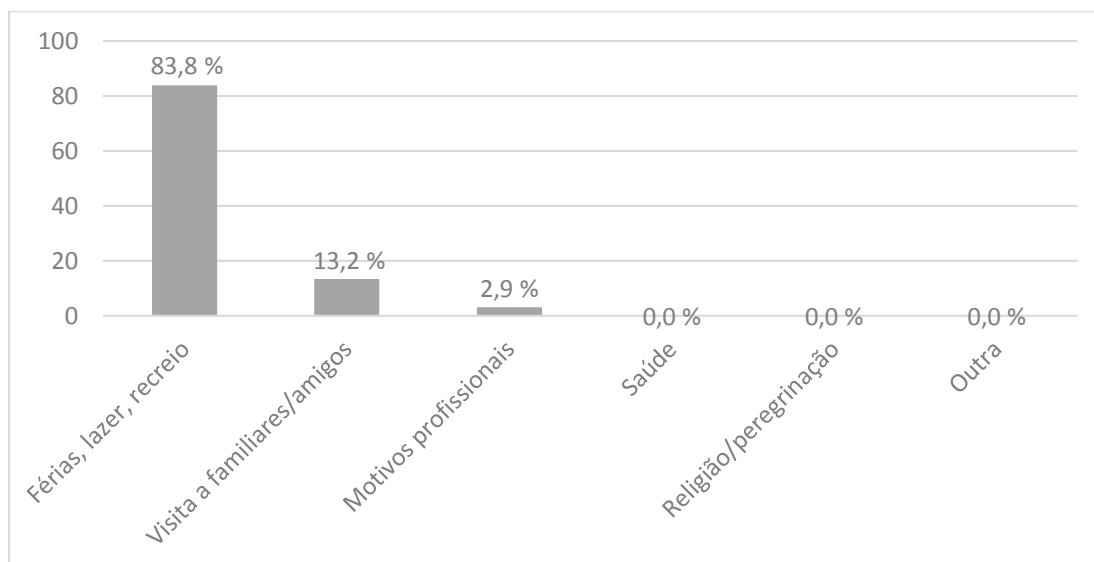
### Anexo XIII – Primeira visita a Lisboa (Dezembro)



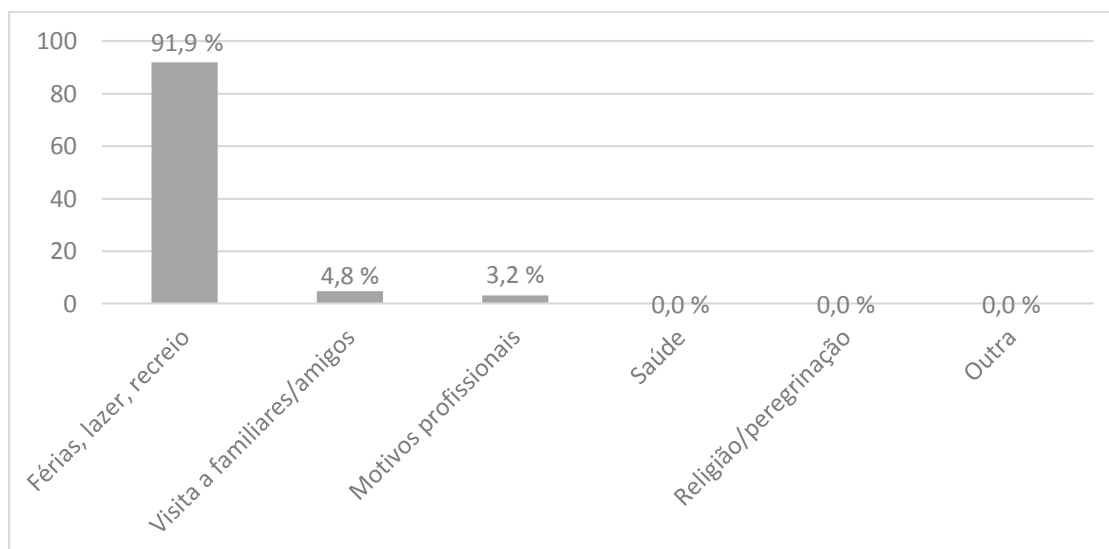
### Anexo XIV – Primeira visita a Lisboa (Maio)



### Anexo XV – Motivo da visita (Dezembro)

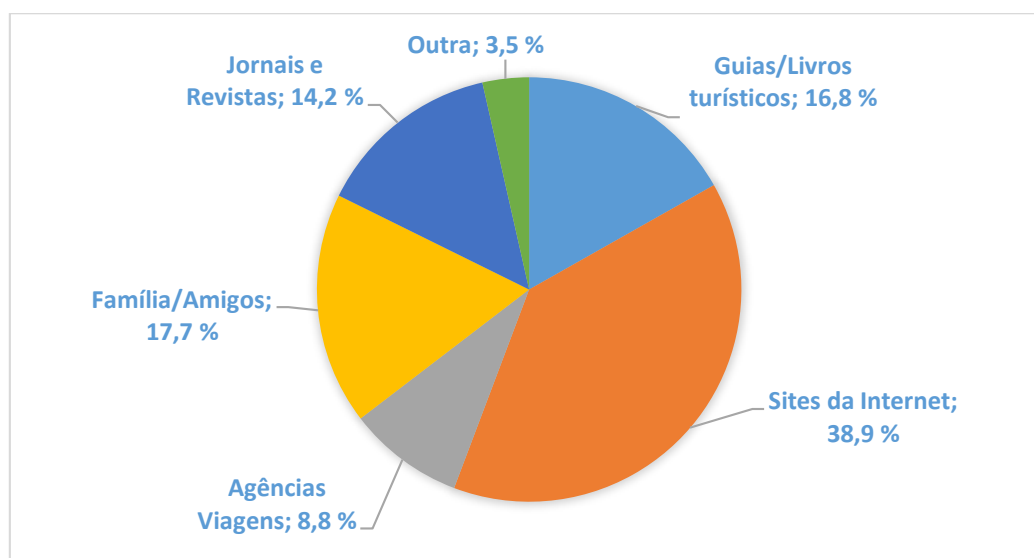


### Anexo XVI – Motivo da visita (Maio)

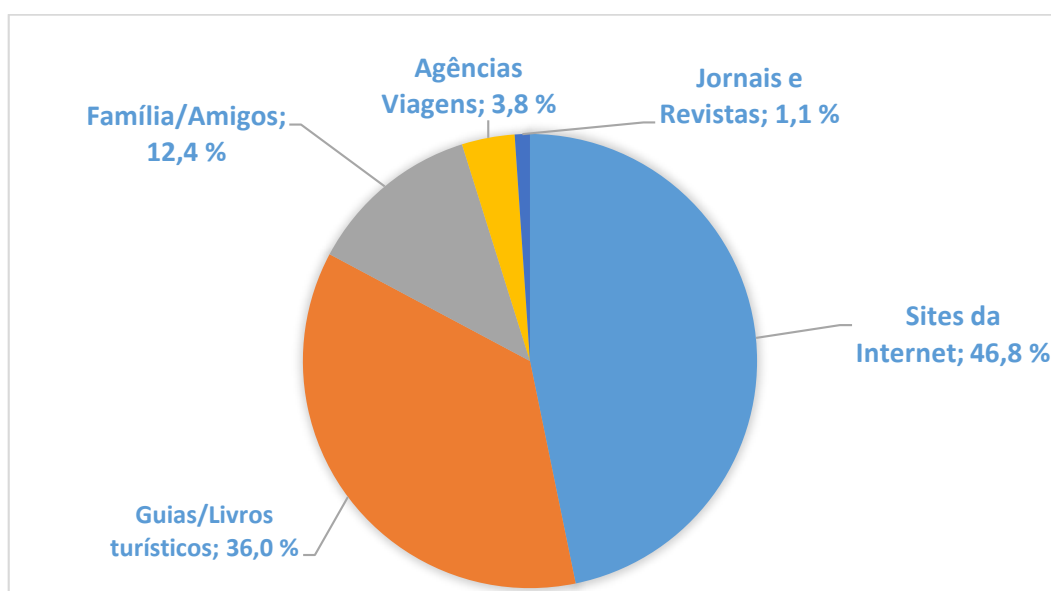




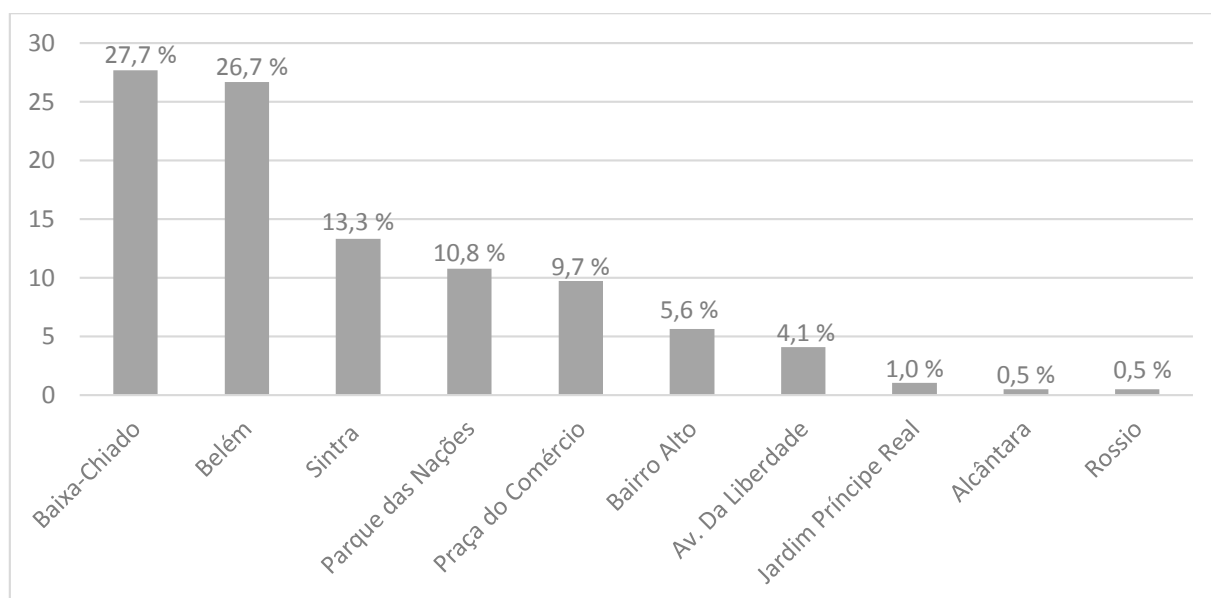
### Anexo XVII – Fontes de informação antes da viagem (Dezembro)



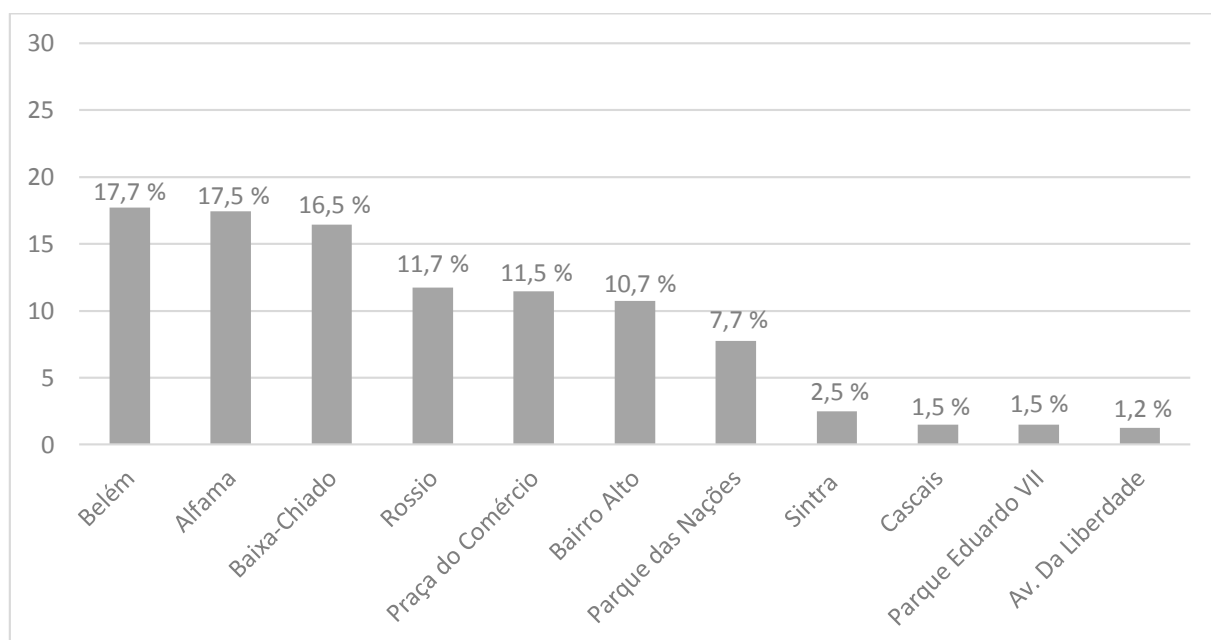
### Anexo XVIII – Fontes de informação antes da viagem (Maio)



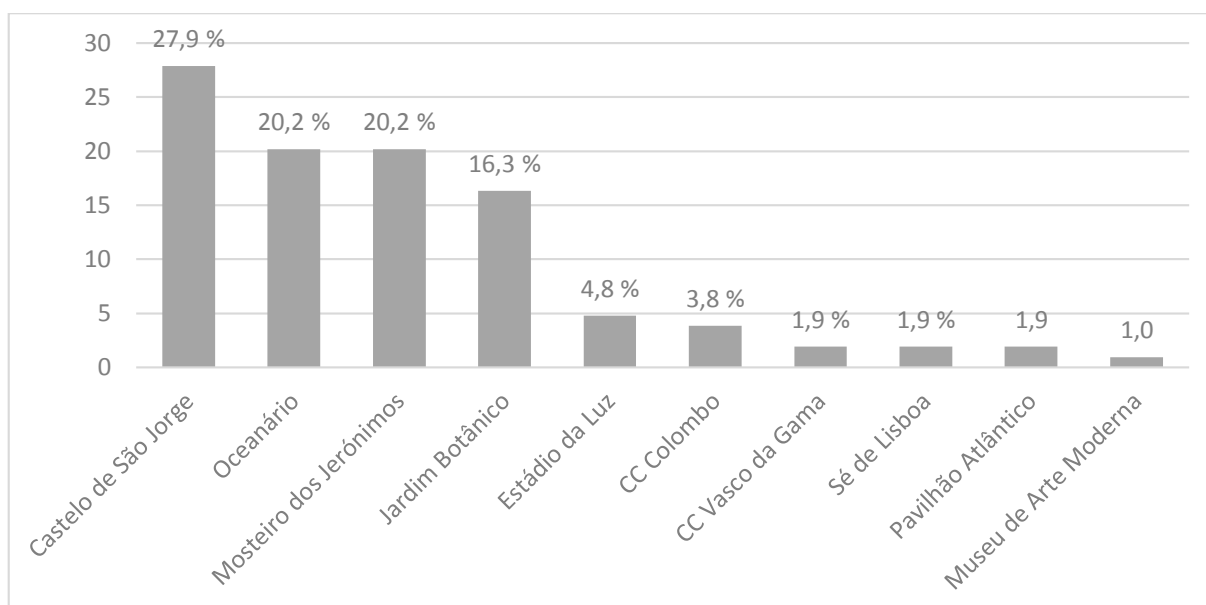
### Anexo XIX – Locais de interesse visitados ou a visitar (Dezembro)



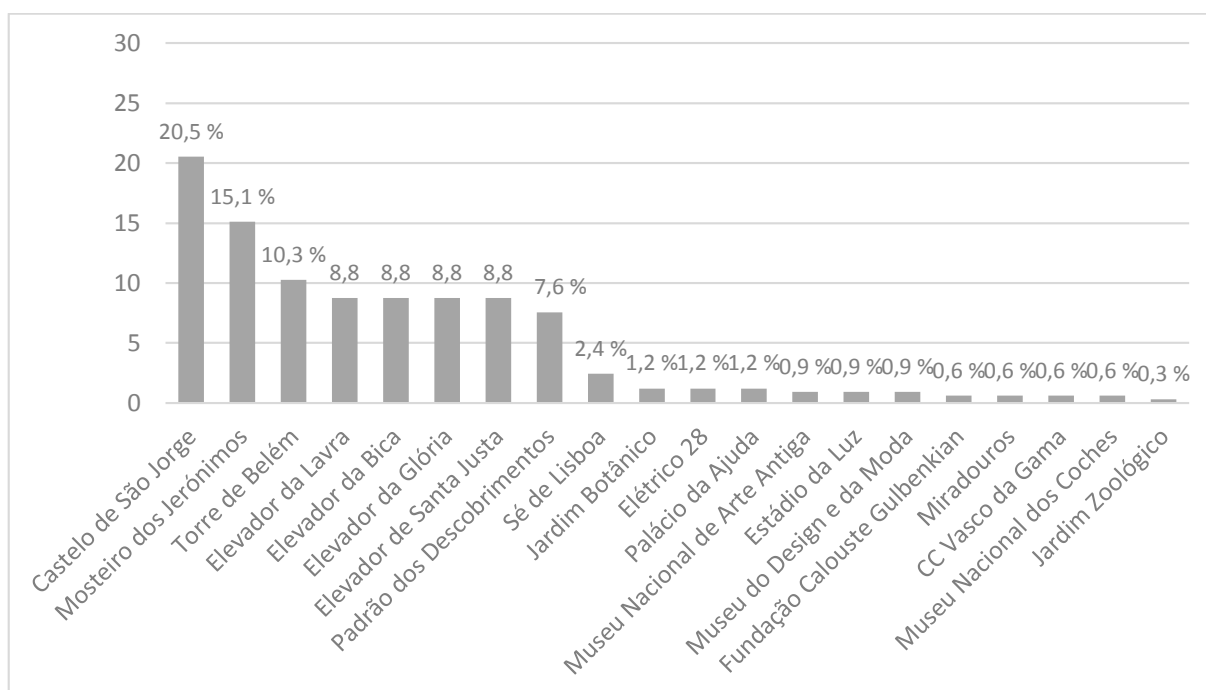
### Anexo XX – Locais de interesse visitados ou a visitar (Maio)



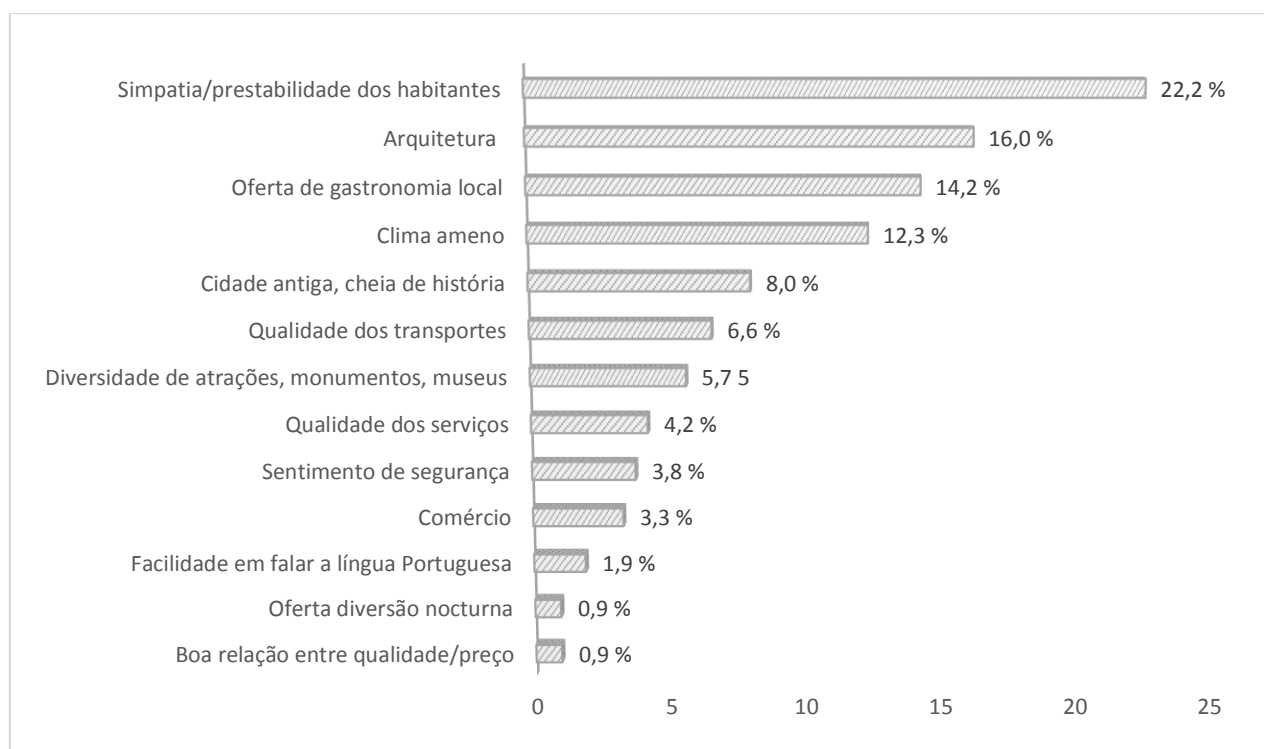
### Anexo XXI – Atrações visitados ou a visitar (Dezembro)



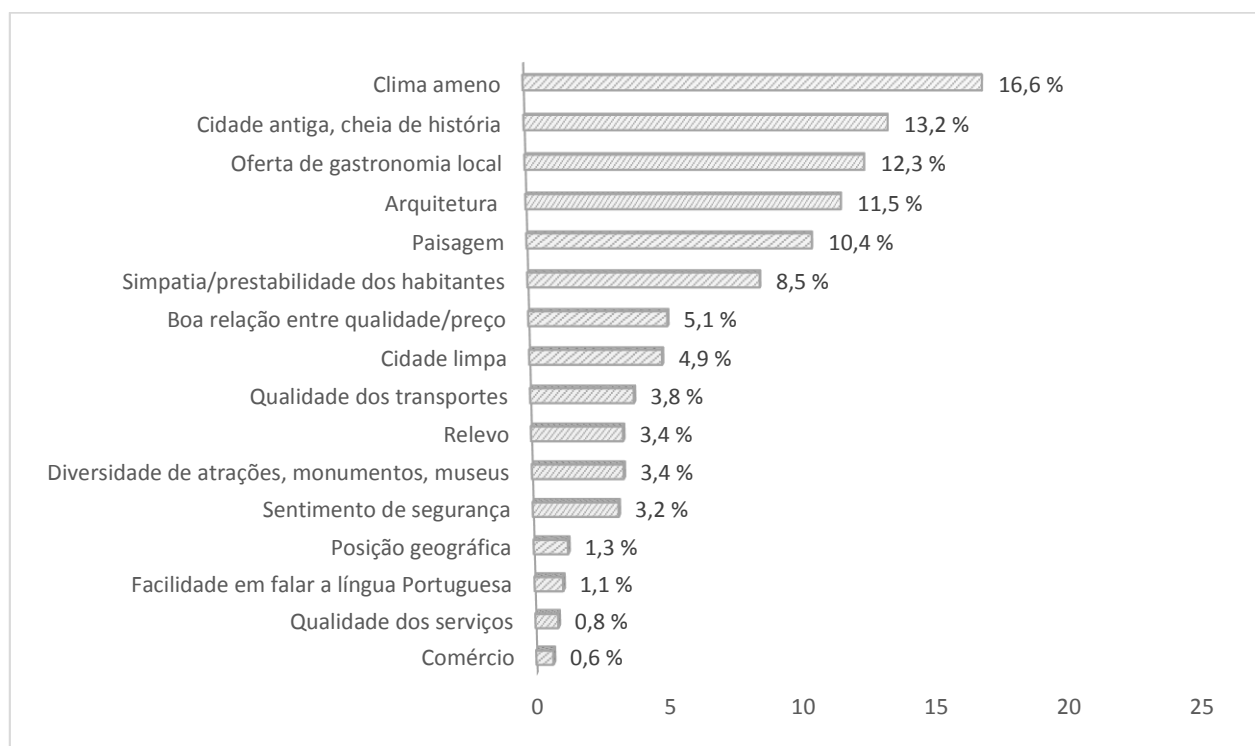
### Anexo XXII – Atrações visitados ou a visitar (Maio)



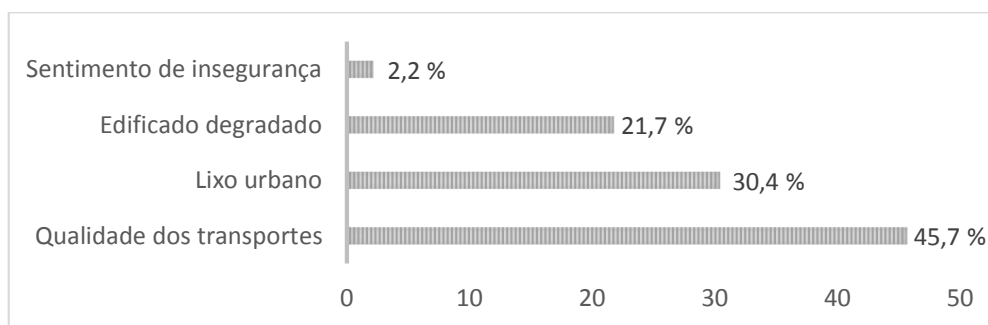
### Anexo XXIII – Aspetos positivos sobre a cidade de Lisboa (Dezembro)



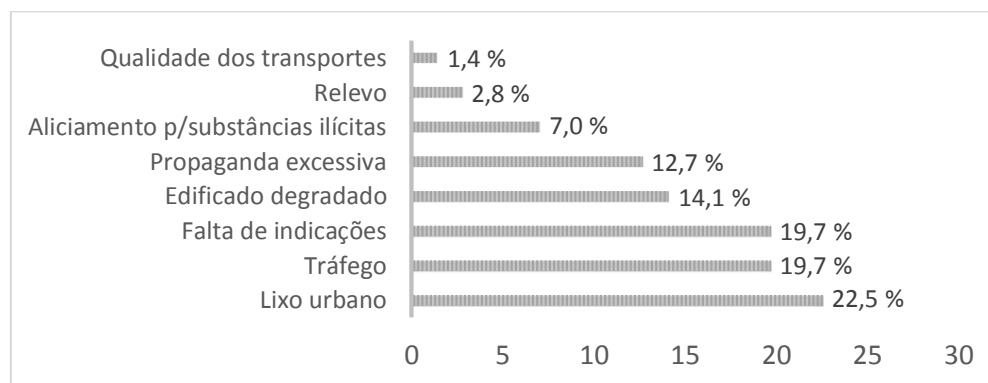
### Anexo XXIV – Aspetos positivos sobre a cidade de Lisboa (Maio)



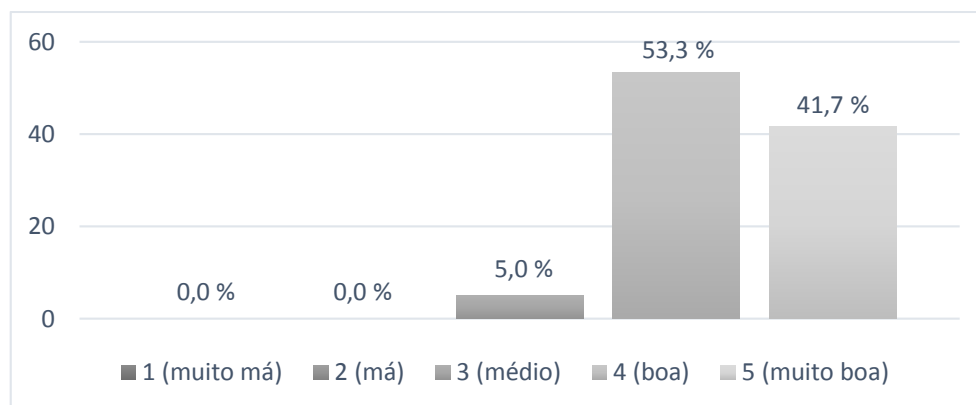
### Anexo XXV – Aspetos negativos da cidade de Lisboa (Dezembro)



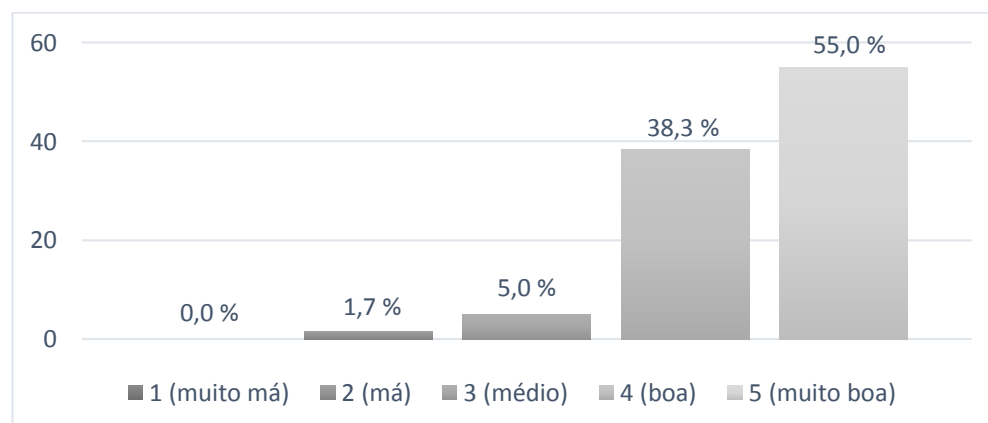
### Anexo XXVI – Aspetos negativos da cidade de Lisboa (Maio)



### Anexo XXVII – Lisboa como destino turístico (Dezembro)



### Anexo XXVIII – Lisboa como destino turístico (Maio)



### Anexo XXIX – Perspetiva dos guias turísticos, sobre a cidade de Lisboa como destino turístico

	Principais Atrações (Monumentos e Lugares)	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Top 10	Castelo de São Jorge	19	7,22
	Mosteiro dos Jerónimos	19	7,22
	Torre de Belém	18	6,84
	Fundação Calouste Gulbenkian	14	5,32
	Alfama	12	4,56
	Bairro Alto	10	3,80
	Parque das Nações	10	3,80
	Oceanário de Lisboa	9	3,42
	Museu Nacional de Arte Antiga	9	3,42
	Praça do Comércio	8	3,04
	Catedral da Sé	8	3,04
	Elevador de Santa Justa	8	3,04
	Bairro do Chiado	6	2,28
	Baixa Pombalina	6	2,28
	Miradouro Santa Luzia	6	2,28
	Belém	6	2,28
	Miradouro da Graça	5	1,90
	Miradouro das Portas do Sol	5	1,90
	Miradouro de Santa Catarina	5	1,90
	Miradouro de São Pedro de Alcântara	5	1,90
	Museu do Design e da Moda (MUDE)	5	1,90
	Museu Nacional do Azulejo	5	1,90
	Cais do Sodré	5	1,90
	Praça do Rossio	4	1,52
	Avenida da Liberdade	4	1,52
	Monumento dos Descobrimentos	3	1,14
	Museu Berardo	3	1,14
	Calçada da Ajuda	3	1,14
	Centro Cultural de Belém	2	0,76
	Convento Madre de Deus	2	0,76
	Feira da Ladra	2	0,76
	Museu Arqueológico do Carmo	2	0,76
	Museu do Oriente	2	0,76
	Museu Nacional dos Coches	2	0,76

Parque Eduardo VII	2	0,76
Pastéis de Belém	2	0,76
Ponte 25 de Abril	2	0,76
Ponte Vasco da Gama	2	0,76
Praça da Figueira	2	0,76
Praça Marquês de Pombal	2	0,76
Aqueduto das Águas Livres	2	0,76
Arco da Rua Augusta	1	0,38
Bairro da Bica	1	0,38
Bairro da Mouraria	1	0,38
Campo Pequeno	1	0,38
Elétrico 28	1	0,38
Elevador da Bica	1	0,38
Fundação José Saramago - Casa dos Bicos	1	0,38
Igreja de São Roque	1	0,38
Igreja de São Vicente de Fora	1	0,38
Mercado da Ribeira	1	0,38
Museu do Centro Científico e Cultural de Macau	1	0,38
Museu do Fado	1	0,38
Museu Nacional de Arqueologia	1	0,38
Museu Rafael Bordalo Pinheiro	1	0,38
Pavilhão do Conhecimento	1	0,38
Praça dos Restauradores	1	0,38
Torre Vasco da Gama	1	0,38
<b>Total:</b>	<b>263</b>	<b>100,00</b>